



## VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN



---

[www.ean.edu.co](http://www.ean.edu.co)

Sede El Nogal: Cra. 11 No. 78 - 47 Centro de Contacto Tel.: 593 6464  
Línea gratuita 01 8000 931000 Bogotá, D.C. Colombia

Título del Proyecto

**ELEMENTOS MÍNIMOS QUE DEBE INCLUIR UN PLAN DE MARKETING  
DIGITAL. UNA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS ELEMENTOS, CONCEPTOS Y  
APLICACIONES DISPONIBLES PARA COMPLEMENTAR UN PLAN DE  
MERCADERO TRADICIONAL**

**Parte Uno:** Proponer un catálogo de uso de las principales aplicaciones y herramientas disponibles para e-marketing, resaltando, utilidades, beneficios y forma de uso.

*Director Proyecto*

**Orlando Martínez Gómez**

*Investigadores Asociados*

**Catalina Dávila**

**Vivian Díaz P**

Segundo Semestre del 2012

*Grupo de Investigación*

**G3Pymes**

*Director de Grupo*

**Katia Arango Pulecio**

*Línea de Investigación*

MERCADERO E INTERNACIONALIZACION

## TABLA DE CONTENIDO

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ABSTRACT .....                                                             | 8  |
| 2. INTRODUCCIÓN .....                                                         | 11 |
| 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                                            | 16 |
| 4. OBJETIVOS .....                                                            | 17 |
| 4.1. <i>Objetivo general</i> .....                                            | 17 |
| 4.2. <i>Objetivos específicos</i> .....                                       | 17 |
| 5. ESTADO DEL ARTE.....                                                       | 18 |
| 5.1 Antecedentes de evolución de Internet .....                               | 18 |
| 5.2 Historia.....                                                             | 18 |
| 5.2.1 <i>Web 1.0</i> .....                                                    | 20 |
| 5.2.2 <i>Web 2.0</i> .....                                                    | 21 |
| 5.2.3 <i>Web 3.0 y 4.0</i> .....                                              | 26 |
| 5.3 <i>Introducción al E-marketing</i> .....                                  | 27 |
| 5.3.1 <i>Importancia del E-marketing</i> .....                                | 33 |
| 5.3.2 <i>Beneficios del E-marketing</i> .....                                 | 34 |
| 5.3.3 <i>Beneficios del E-Marketing frente al marketing tradicional</i> ..... | 36 |
| 5.4 <i>El E-marketing en América Latina</i> .....                             | 38 |
| 5.4.1 <i>Ad-server (publicidad online)</i> .....                              | 42 |
| 5.4.2 <i>Tipos de Ad Server</i> .....                                         | 44 |
| 5.4.3 <i>Medición de la efectividad de la publicidad en-línea</i> .....       | 53 |
| 5.5 <i>Posicionamiento</i> .....                                              | 56 |
| 5.6 <i>Motores de Búsqueda</i> .....                                          | 58 |

|        |                                                                                                                                          |     |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.7    | <i>SEM (Search Engine Marketing) - SEO (Search Engine Optimization)</i> .....                                                            | 60  |
| 5.7.1  | <i>SEM (Search Engine Marketing)</i> .....                                                                                               | 62  |
| 5.7.2  | <i>SEO (Search Engine Optimization)</i> .....                                                                                            | 67  |
| 5.7.3  | <i>Diferencia entre SEM y SEO</i> .....                                                                                                  | 74  |
| 5.8    | <i>EMAIL- MARKETING</i> .....                                                                                                            | 76  |
| 5.8.1  | <i>Los tres tipos principales del e-mail marketing</i> .....                                                                             | 77  |
| 5.8.2  | <i>Permission Marketing- Marketing de permiso</i> .....                                                                                  | 79  |
| 5.8.3  | <i>Modelo RFM (Compras Recientes, Frecuencia de compra y Monto de la compra)</i> 81                                                      |     |
| 5.8.4  | <i>Beneficios</i> .....                                                                                                                  | 82  |
| 5.8.5  | <i>Cómo aplicar el modelo al e-mail marketing</i> .....                                                                                  | 83  |
| 5.8.6  | <i>Mecanismos de Privacidad "Opt-in" y "Opt-out"</i> .....                                                                               | 87  |
| 5.8.7  | <i>Errores comunes en e-mail Marketing</i> .....                                                                                         | 89  |
| 5.8.8  | <i>Recomendaciones</i> .....                                                                                                             | 91  |
| 5.8.9  | <i>Ventajas y desventajas de usar el marketing por correo electrónico en comparación con la publicidad por correo tradicional.</i> ..... | 92  |
| 5.9    | <i>Marketing de Afiliación</i> .....                                                                                                     | 94  |
| 5.9.1  | <i>Funcionamiento Marketing de afiliación</i> .....                                                                                      | 95  |
| 5.9.2  | <i>Tipos de Afiliados</i> .....                                                                                                          | 97  |
| 5.9.3  | <i>Beneficios para los anunciantes del marketing de afiliación</i> .....                                                                 | 100 |
| 5.9.4  | <i>Beneficios para los afiliados del marketing de afiliación</i> .....                                                                   | 100 |
| 5.9.5  | <i>Marketing de Afiliación y AdSense</i> .....                                                                                           | 101 |
| 5.9.6  | <i>Perspectiva del anunciante</i> .....                                                                                                  | 103 |
| 5.10   | <i>Social Media</i> .....                                                                                                                | 105 |
| 5.10.1 | <i>Foros</i> .....                                                                                                                       | 109 |
| 5.10.2 | <i>Wikis</i> .....                                                                                                                       | 110 |
| 5.10.3 | <i>Blogs</i> .....                                                                                                                       | 110 |
| 5.11   | <i>Las Redes Sociales</i> .....                                                                                                          | 111 |
| 5.11.1 | <i>Clasificación de Redes Sociales</i> .....                                                                                             | 113 |
| 5.11.2 | <i>Ventajas de los Medios Sociales</i> .....                                                                                             | 118 |
| 5.11.3 | <i>Publicidad en las redes sociales</i> .....                                                                                            | 119 |
| 5.11.4 | <i>Los Community Managers</i> .....                                                                                                      | 125 |

|      |                                |     |
|------|--------------------------------|-----|
| 5.12 | <i>Marketing Viral</i> .....   | 128 |
| 5.13 | <i>Web Analytics</i> .....     | 131 |
| 6.   | METODOLOGÍA .....              | 133 |
| 7.   | RESULTADOS Y DISCUSION .....   | 142 |
| 7.1  | Resultados .....               | 142 |
| 7.2  | Discusión .....                | 159 |
| 8    | CONCLUSIONES .....             | 163 |
|      | GLOSARIO .....                 | 164 |
|      | BIBLIOGRAFÍA DE INTERNET ..... | 185 |

## LISTADO DE ILUSTRACIONES

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>ILUSTRACIÓN 1 MAPA DE LA WEB 2.0</b>                                                      | 22  |
| <b>ILUSTRACIÓN 2 SEMANTICS OF INFORMATION CONNECTIONS</b>                                    | 25  |
| <b>ILUSTRACIÓN 3 POBLACION ON LINE A NIVEL MUNDIAL</b>                                       | 39  |
| <b>ILUSTRACIÓN 4 CRECIMIENTO DE LA POBLACION ON LINE EN LATINO AMERICA EN EL 2009 - 2010</b> | 40  |
| <b>ILUSTRACIÓN 5 AD SERVER</b>                                                               | 44  |
| <b>ILUSTRACIÓN 6 FORMATO FLOTANTE</b>                                                        | 44  |
| <b>ILUSTRACIÓN 7 BANNER</b>                                                                  | 45  |
| <b>ILUSTRACIÓN 9 ROBA PAGINAS</b>                                                            | 47  |
| <b>ILUSTRACIÓN 10 BOTONES</b>                                                                | 48  |
| <b>ILUSTRACIÓN 11 ENLACE DE TEXTO</b>                                                        | 49  |
| <b>ILUSTRACIÓN 12 PAUTA DE BANNERS</b>                                                       | 50  |
| <b>ILUSTRACIÓN 13 TECNICAS DE POSICIONAMIENTO</b>                                            | 60  |
| <b>ILUSTRACIÓN 14 TRIANGULO DORADO DE GOOGLE</b>                                             | 68  |
| <b>ILUSTRACIÓN 16 MODELO RFM</b>                                                             | 83  |
| <b>ILUSTRACIÓN 17 PASO 1 MODELO RFM</b>                                                      | 84  |
| <b>ILUSTRACIÓN 18 PASO 2 MODELO</b>                                                          | 84  |
| <b>ILUSTRACIÓN 19 PASO 3 MODELO RFM</b>                                                      | 85  |
| <b>ILUSTRACIÓN 20 PERCENTAGE OF CONSUMERS WITH ACCOUNTS ON SOCIAL SITES</b>                  | 108 |
| <b>ILUSTRACIÓN 22 ADVERTISEMENT</b>                                                          | 120 |
| <b>ILUSTRACIÓN 23 MESSAGE</b>                                                                | 122 |
| <b>ILUSTRACIÓN 24 EJEMPLO DE CONCURSOS Y DESCUENTOS</b>                                      | 124 |
| <b>ILUSTRACIÓN 25 SOCIAL MEDIA LANDSCAPE</b>                                                 | 125 |
| <b>ILUSTRACIÓN 26 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS</b>                                            | 145 |
| <b>ILUSTRACIÓN 27 USO DE LAS REDES SOCIALES</b>                                              | 147 |
| <b>ILUSTRACIÓN 28 HERRAMIENTAS DE GOOGLE</b>                                                 | 150 |
| <b>ILUSTRACIÓN 29 EMAIL MARKETING</b>                                                        | 151 |
| <b>ILUSTRACIÓN 30 PUBLICIDAD ON LINE</b>                                                     | 152 |
| <b>ILUSTRACIÓN 31 MARKETING MOBILE</b>                                                       | 153 |
| <b>ILUSTRACIÓN 32 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS EN EMPRESAS</b>                                | 154 |
| <b>ILUSTRACIÓN 33 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS EN AGENCIAS DIGITALES Y DE PUBLICIDAD</b>      | 157 |
| <b>ILUSTRACIÓN 34 CUADRO RESUMEN HERRAMIENTAS ONLINE</b>                                     | 159 |

## LISTADO DE TABLAS

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA 1 COMPARATIVO DE MERCADEO TRADICIONAL Y MERCADEO ELECTRONICO EN FUNCION DE LAS 4PES. .... | 32 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## **1. ABSTRACT**

The globalization processes and the technological advances worldwide level, have transformed the traditional marketing plans. As a result, it has increased the implementation of strategies and digital tools, known as Digital Marketing.

This project aims to identify awareness and knowledge among marketing directors regarding: media centers, digital agencies, advertising agencies and companies, when implementing diverse strategies that will allow to reach the end user. Although, it has identified the continued use of Digital Marketing by these actors, the results obtained from the application of in-depth interviews in Colombia shows that this process is still in a transitional phase.

The study identifies the main tools used by marketing managers to create strategies in marketing plans of their companies are: web pages, mass mailings and social networks. The stakeholders say that some companies do not achieve their goals because the applied methods are not properly managed or operated, considering that the use of Internet and technological innovations in Colombia has have a remarkable increase in the recent decades.

To face with this problem, result of this study, shows that the most urgent requirement of the success of the companies in persuading the audience, focuses in understanding that communication is not longer unilateral, and has become a two-way process involving both employers and consumers.

## RESUMEN EJECUTIVO

Los procesos de globalización y los avances tecnológicos a nivel mundial han transformado los planes de mercadeo tradicionales. Como consecuencia de ello, se ha aumentado la implementación de estrategias y herramientas digitales, conocidas como Marketing Digital.

El presente proyecto pretende identificar la percepción y el conocimiento que tienen los directores de mercadeo de; centrales de medios, agencias digitales, agencias de publicidad y empresas, a la hora de implementar diversas estrategias que le permitan llegar al consumidor. Si bien, se ha logrado identificar el uso continuo de Marketing Digital por parte de estos actores, los resultados arrojados a partir de la aplicación de entrevistas a profundidad demuestran que en Colombia aún este proceso se encuentra en una etapa de transición.

El estudio identifica que las principales herramientas utilizadas por los directores de marketing para generar estrategias en los planes de mercadeo de sus empresas son: las páginas Web, los correos masivos y las redes sociales. Los actores aseguran que algunas empresas no logran alcanzar sus metas debido a que los métodos utilizados no han sido debidamente manejados o explotados, teniendo en cuenta que el uso de Internet e innovaciones tecnológicas en Colombia se ha incrementado notablemente durante las últimas décadas.

Frente a esta problemática, resultado de este estudio, se muestra que la necesidad más urgente de las empresas para lograr persuadir su público objetivo; se

centra en comprender que la comunicación ya dejó de ser unilateral, y se ha convertido en un proceso de doble vía que involucra tanto a los empresarios como a los consumidores.

## 2. INTRODUCCIÓN

La competencia en Internet es diferente al mercadeo tradicional. La competencia ahora es en el ciber mercadeo o Market Space. Por eso, se hace importante conocer que aplicaciones podemos usar para conocer y llegarle a esos consumidores, como integrarlos a los planes tradicionales de mercadeo.

El desarrollo del Internet como un “nuevo” medio de comunicación se traducirá en un cambio de poder de los consumidores y en importantes modificaciones en los canales de ventas tradicionales hacia los consumidores. Esto genera unas nuevas reglas de juego en el mercadeo, al crearse la necesidad de incorporar la parte digital en la forma de contactar a los consumidores.

Internet se ha convertido en un elemento imprescindible en la cotidianidad del ciudadano moderno, quien, entre algunas formas, lo integra a su vida de manera personal, académica, laboral y empresarial.

Un sin número de posibilidades de uso se generan a nivel personal: ocio, comunicación y búsqueda de información, se convierten en los factores predominantes de usabilidad en esta categoría. Por su parte, en el mundo

académico, la investigación, trabajo asincrónico, creación de comunidades y comunicación entre pares, hacen parte de algunos de los beneficios que Internet brinda. Otro aspecto importante que cada vez cobra más relevancia, es el uso de Internet como herramienta laboral, su uso en el campo ha cobrado fuerza, tanta, que en el país se está hablando ya de teletrabajo y la proyección de su legislación.

Pensar en el Internet como herramienta laboral, hace reconocer a las empresas como entes que posibilitan la red como un punto de empleabilidad, pero sobre todo como un espacio virtual que genera productos y servicios reales a los ciudadanos.

La búsqueda de información constante convirtió a Internet en un referente importante al momento de obtener información sobre una empresa, producto o servicio; obligando entonces a las empresas a tener una presencia en la red que proporcione la información suficiente para darse a conocer y dé respuesta a las dudas iniciales de las personas que la buscan.

Sin embargo, las estrategias utilizadas en la red, no se basan simplemente en ofrecer información general de las empresas. Se hace necesario aprovechar cada momento que se tiene con los visitantes virtuales para entablar una relación que permita capturar la mayor cantidad de datos que sea posible, para atraerlo y

mantenerlo cautivo, pero sobre todo mantenerlo alejado de la competencia; esto último es algo muy difícil pero no imposible. Por esa razón, es necesario contar con una buena presencia en la red, no solamente estar en ella.

Esta investigación parte de que sabemos que empresas de cierto tamaño y algunas que usan la tecnología en la gestión de sus negocios, están utilizando herramientas y aplicaciones de E-marketing y mail marketing en sus planes de mercadeo. Nos interesa establecer criterios mínimos que debe tener un buen plan de mercadeo digital con miras a fortalecer los planes tradicionales de las empresas colombianas.

El objetivo de la investigación es explorar, describir y detallar las aplicaciones, técnicas y herramientas de E-marketing que deberían utilizarse en los Planes de Mercadeo, para conocer a los clientes y consumidores. Para lograr esto se debe dar respuesta a al siguiente objetivo:

Proponer un catálogo de uso de las principales aplicaciones, herramientas y técnicas disponibles para E-marketing resaltando utilidades, beneficios y forma de utilizarse.

Para identificar las principales, herramientas y técnicas disponibles para E-marketing se revisaron y seleccionaron fuentes secundarias *on line y off line* de información sobre el contexto, resaltando utilidades, beneficios y forma de utilizarse.

Se recolectó información de fuentes primarias respecto al panorama de cómo las empresas están haciendo uso de las herramientas de E-marketing en sus planes de mercadeo, los resultados encontrados al hacer uso de estas herramientas y como las combinan con las herramientas del mercadeo tradicional.

Se entrevistaron a expertos en el tema que trabajan en compañías que ya incorporan estas aplicaciones *on line* en sus planes de Mercadeo, a expertos de compañías comercializadoras de publicidad *on line* y a expertos en la elaboración de planes de mercadeo en las Agencias de publicidad y Centrales de Medio ubicados en Bogotá.

Por lo difícil del perfil a ser entrevistado, se realizó la selección de la muestra no probabilística y fue escogida por los investigadores a conveniencia, de acuerdo a la facilidad de poder tener los contactos en las empresas, logrando identificar los directores de mercadeo, quienes eran foco de este estudio. La muestra se distribuyó en 39 empresas, 11 agencias digitales, 5 agencias publicidad y 2 centrales de medios.

Las encuestas fueron semi-estructuradas, aplicadas por medio de entrevistas en profundidad, realizadas a Gerentes de empresas, Gerentes de Mercadeo o

Ejecutivos de Cuentas de las empresas seleccionadas, entre Mayo y Agosto del 2012.

La entrevista se hizo con previa cita con una duración de mínimo 45 minutos.

Por ser un tema nuevo en las empresas se tuvo inconvenientes en la recolección de la información, la mayoría de los gerentes o directores de mercadeo no poseían conocimiento del tema, algunas veces por falta de interés o debido a que todo el tema es desarrollado y manejado por sus agencias de publicidad o centrales de medios.

El resultado final de esta investigación será la elaboración de un Modelo de Plan de Mercadeo Digital Maestro, que incluye las aplicaciones y herramientas digitales hoy disponibles; se incluye la elaboración de parámetros para adaptarlo a las necesidades (hacerlo a la medida) de las organizaciones y empresas colombianas.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Sabemos que empresas de cierto tamaño y algunas que usan la tecnología en la gestión de sus negocios están utilizando herramientas y aplicaciones de e-marketing y mail marketing en sus planes de mercadeo. Nos interesa establecer criterios mínimos que debe tener un buen plan de mercadeo digital con miras a fortalecer los planes tradicionales de las empresas colombianas.

## 4. OBJETIVOS

### 4.1. *Objetivo general*

Explorar, describir y detallar las aplicaciones y herramientas de e-marketing que deberían utilizarse en los Planes de Mercadeo, para conocer a los clientes y consumidores.

### 4.2. *Objetivos específicos*

- a. Proponer un catálogo de uso de las principales aplicaciones y herramientas disponibles para e-marketing, resaltando, utilidades, beneficios y forma de uso.
- b. Clases de aplicaciones que se deberían utilizar y que hoy se aplican en las estrategias del Mercadeo Digital.
- c. Describir la funcionalidad de las principales aplicaciones de E-marketing en los planes tradicionales de Mercadeo.
- d. Indagar por una forma práctica y útil de combinar las herramientas de e-marketing en el mundo del mercadeo actual.
- e.

## **5. ESTADO DEL ARTE**

### **5.1 Antecedentes de evolución de Internet**

La interfaz de Internet y sus dispositivos de acceso sufren de constantes evoluciones. La interactividad y la preponderancia que tiene, ha dejado de ser sólo un repositorio de contenidos utilizados en un momento puntual, para convertirse en una fuente más de información y discusión, esto sin mencionar las posibilidades de interacción social que es la función más usada en la vida moderna.

Su versatilidad de usos proviene de un proceso de constante transformación, por ello se hace necesario conocer el origen de lo que hoy en día es común.

### **5.2 Historia**

El origen de Internet se remonta a finales de los años de 1969, cuando, en plena guerra fría, el departamento de defensa de Estados Unidos decidió modernizar su infraestructura de comunicación militar para evitar quedar aislado en caso de un

ataque a los centros telefónicos de la época, que eran los encargados de canalizar toda la comunicación.

Esta modernización se inició con la integración de distintas universidades y sus áreas de informática, así como empresas privadas que desarrollaron una red experimental que contaba con cuatro nodos en el país. Entre todos, buscaron garantizar que las comunicaciones llegaran a su destino, en caso de un ataque en donde la infraestructura telefónica fuera destruida. Esta red experimental se denominó Arpanet.

A partir del desarrollo de este tipo de tecnología, muchas empresas y organizaciones comenzaron a construir sus propias redes privadas, las cuales, empezaron a interconectarse y fueron evolucionando hasta lo que hoy en día conocemos como Internet.

Posteriormente en el año de 1972, se implementó la comunicación mediante correo electrónico, lo que transformó el tiempo que tomaba la comunicación entre dos puntos a la “inmediatez”, retirando de alguna forma las limitaciones que por ejemplo, tenía el hecho de contar con diversos usos horarios en Estados Unidos.

En los años ochenta el proyecto se difundió debido a la masificación de la interconexión entre redes públicas y privadas, dejando de ser solamente una idea de

carácter militar y de defensa, permitiendo el acceso a cualquier persona que pudiera contar con los medios necesarios para conectarse.

Continuando con el proceso evolutivo, la red se fue convirtiendo en un elemento de uso común para la búsqueda de información e interacción. Es en esta era, en donde aparece el e- marketing, consolidado como una rama de los avances en la tecnología digital, la red mundial y los medios interactivos.

En conclusión, el desarrollo de Internet como medio de comunicación ha sido a través de un número de etapas, las etapas más notables y comunes son llamadas web 1.0 y Web 2.0.

### *5.2.1 Web 1.0*

Las primeras páginas de Internet, constaban de un contenido estático de actualización variable o constante, en donde la información provenía de una sola vía. Dentro de los ejemplos más claros están las páginas de empresas o diarios, en donde la información que es visualizada por los visitantes cuenta con un editor y es construida a partir de soportes de información válidos.

La interactividad de los visitantes se limita exclusivamente a manera de “espectador” y no se tiene forma de modificar su contenido, salvo por las personas que la publicaron. Esta Web aún se mantiene vigente y es de carácter informativo en su gran mayoría, muy utilizada por las empresas y entidades oficiales.

De manera paralela, otro tipo de Web se gestó y evolucionó para convertirse en la de mayor interactividad y penetración, la Web 2.0.

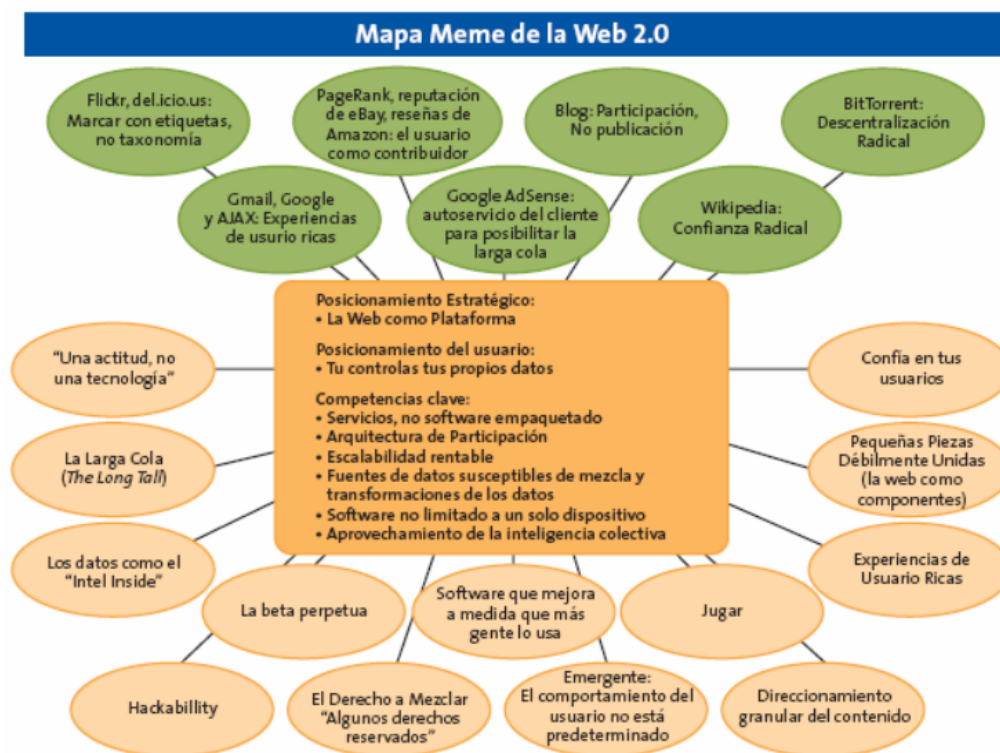
#### 5.2.2 *Web 2.0*

El término web 2.0 se basa en el concepto de comunidad e interconectividad, hace referencia a las páginas que permiten una interacción directa de los usuarios con el contenido de la misma, incluso permitiendo que estos mismos sean los creadores del contenido, colocando así el poder de participación en manos de los propios usuarios.

Este concepto se originó en una sesión de brainstorming (o lluvia de ideas) entre Dale Dougherty de O'Really y Craig Cline de MediaLive International, quienes estaban preparando una conferencia y decidieron hablar del renacimiento de la web. La idea se generó pensando en la crisis suscitada por las terminaciones

punto com en el 2001, año en que fracasaron páginas web de muchas empresas.

#### ILUSTRACIÓN 1 MAPA DE LA WEB 2.0



**Fuente:** O'Reilly, Tim. Qué es Web 2.0: patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software.

##### 5.2.2.1 Características web 2.0

1. Es una plataforma. El usuario puede acceder a servicios de software on line, reemplazando así programas que debían ser instalados en los computadores.

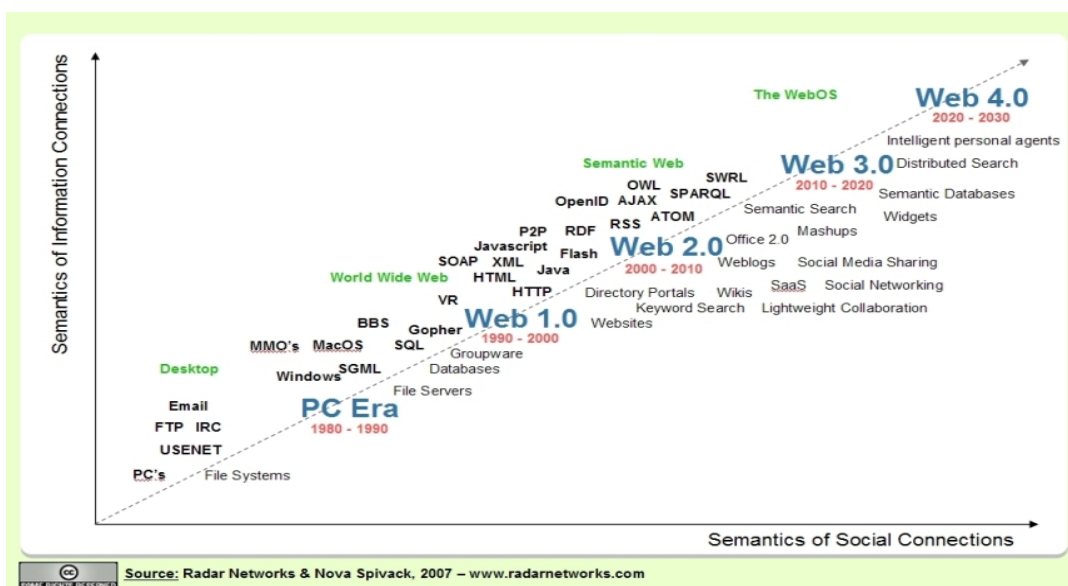
2. Es funcional La web ayuda en la transferencia de información y servicios desde páginas Web.
3. Es simple. Facilita el uso y el acceso a los servicios Web a través de pantallas más agradables y fáciles de usar
4. Es ligera. La ligereza está asociada con la habilidad para compartir la información y los servicios de forma fácil y hacerlo posible a través de la implementación de intuitivos elementos modulares; de esta manera los modelos de desarrollo, negocios y procesos se hacen más ligeros.
5. Es social. Las personas crean la web y la “popularizan” mediante la socialización y el movimiento gradual de los miembros del mundo físico hacia el mundo online.
6. La Web es un flujo. Los usuarios son vistos como co-desarrolladores, la web 2.0 permanece en el “perpetuo beta”, se encontrará en el nivel de desarrollo beta por un periodo de tiempo indefinido (Quispe Ortega, 2011).
7. Es flexible. El software se encuentra en un nivel más avanzando porque a este nivel permite el acceso a contenidos digitales a los que antes no se podía llegar. Esta idea es similar a la del concepto del *Long Tail*, que se centra en el contenido menos popular al que antes no se podía tener acceso.
8. Es combinable. La expansión de códigos para poder modificar las aplicaciones Web (como Google hace con las aplicaciones de Google Maps) permite a los individuos, ser profesionales de los ordenadores, combinar diferentes aplicaciones para crear nuevas.

9. Es participativa. La web 2.0 ha adoptado una estructura de participación que alienta a los usuarios a mejorar las aplicaciones mientras las utilizan, en vez de mantenerlas rígidas y controladas.

#### *5.2.2.2 De la interconectividad la hiper conectividad*

De estar conectados a internet desde un punto de acceso fijo y por un tiempo determinado, se ha pasado a la posibilidad de estar conectado casi desde cualquier lugar, dispositivo y de manera permanente. Es decir, de la interconectividad se ha dado paso a la hiperconectividad, de manera analógica a como un cerebro está conformado por miles de conexiones entre redes que de manera permanente transportan una cantidad ilimitada de información (Braidot, 2006).

## ILUSTRACIÓN 2 SEMANTICS OF INFORMATION CONNECTIONS



**Fuente:** <http://www.consultora-devian.net/inicio/noticias/52-de-la-Web-10-a-la-Web-40>

Este nivel de conexión de los usuarios con Internet y la Web 2.0, supone un esfuerzo enorme para las empresas, organizaciones y/o comunidades ya que no da espacio a errores (Bello, 2008), porque en vez de contar con un editor interno, se tienen miles de críticos, usuarios y potenciales clientes. En palabras de Bob Garfield, analista publicitario, el escenario que nos presenta la Web 2.0 si no se sabe administrar fácilmente puede convertirse en “Escenario de caos 2.0”.

Un ejemplo claro de la Web 2.0 se puede observar en la proliferación de diferentes tipos de redes sociales, desde Pinterest, pasando por Facebook y LinkedIN, en donde el centro de la producción de contenido es el usuario, quien edita, comparte y comenta sus propias publicaciones y las de los demás. Personaje

que se encuentra supeditado a una comunidad virtual que de cierta forma comparten sus mismos intereses o cuentan con características comunes ya sean de la “vida real” o la “virtual”.

Ese alto tráfico de contenido y usuarios conectados, se convierte en un escenario propicio e ideal para el desarrollo de acciones publicitarias. Por esa razón los ingresos necesarios para sostener infraestructuras tecnológicas provienen de la publicidad, de anunciantes que encuentran en comunidades creadas a través de las páginas Web 2.0. De esta manera, se consolida la red como una forma de optimizar los recursos e inversiones en campañas publicitarias llegando, a un público objetivo, saliéndose de la publicidad tradicional y abriendo otro frente a cuidar desde el interior de las organizaciones: la reputación online (Martínez, 2010 ).

### 5.2.3 Web 3.0 y 4.0

La Web 3.0 es la prolongación del World Wide Web en donde se puede formular más del lenguaje natural, permitiendo entender e interpretar, utilizando agentes de software y así poder encontrar, compartir e integrar la información más fácilmente.

Esta Web y sus servicios se fundamentan de la Web semántica, búsquedas de lenguaje natural, data-mining, aprendizaje automático y asistencia de agentes, todo ello conocido como técnicas de la Inteligencia Artificial o Inteligencia Web. En

conclusión este tipo de web se caracteriza y abastece por la unión de la Inteligencia Artificial y la Web.

Entre las principales características que encontramos de la Web 3.0 es que es interactiva, es de movimiento constante, de cambio, crecimiento y evolución variable; busca la integración de las personas y las máquinas, entre otras características.

### *5.3 Introducción al E-marketing*

Desde los orígenes del comercio, el marketing siempre ha estado presente y en constante cambio histórico. En la actualidad se puede ver que el mundo ha tenido un avance tecnológico sorprendente, haciendo que Internet sea parte importante en cada uno de los hogares. Así lo demuestra el crecimiento del acceso a nivel mundial y específicamente en América Latina, tal como lo afirma Rodrigo de la Parra, vicepresidente para la región de Internet Corporation for Assigned Names and Number (ICANN). “Actualmente la penetración de cobertura de Internet en América Latina es del 30% de hogares, contra casi 100% en países desarrollados, pero esa cifra va en rápido ascenso y dentro de una década podría duplicarse”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Diario color abc, 29 de Marzo de 2012. <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/mundo-digital/crece->

Con el aumento del crecimiento de la participación en mercado del uso del Internet, muchas empresas han tomado conciencia y han tenido que involucrarse en el mundo de la tecnología como parte de su estrategia comercial. Las empresas empiezan a reconocer así la presencia en la red como una herramienta de trabajo y negocios, así como la oportunidad de mejorar la interacción con los clientes.

Dentro de esta nueva forma de hacer mercado, se perciben las siguientes estrategias o adaptaciones de la empresa como parte de la evolución de la tecnología:

En primer lugar, se presenta el e-commerce, que es la actividad que por medios electrónicos logra facilitar la negociación y la comercialización de productos o servicios dirigida a los consumidores, este comprende la compra, venta, marketing, y servicios. Un claro ejemplo es Amazon.com como caso exitoso de e-commerce a nivel mundial.<sup>2</sup>

Seguido por el e-business que es una forma no tradicional de establecer procesos de comunicación con el uso de la tecnología de Internet, realizando actividades que además de la compra y venta de productos y servicios generen servicios a los clientes; involucrando transacciones, negociaciones y operaciones comerciales en

---

<sup>2</sup> CBS news, 11 de Febrero de 2009. [http://www.cbsnews.com/2100-205\\_162-706351.html](http://www.cbsnews.com/2100-205_162-706351.html)

las cuales se requiere de investigación para definir los perfiles y el uso de nuevos canales de gran influencia. Una de las grandes empresas dedicadas al marketing digital establecida en UK (Rad Web) indica: *“Many business owners and executives are unaware at the vast potential within the online landscape for boosting profits, saving money, increasing geographical reach, faster return on investments and the most importantly leading your market.”*<sup>3</sup> Traducido al español como (Muchos propietarios de negocios y ejecutivos no son conscientes del alto potencial que pueden alcanzar los medios electrónicos para aumentar sus beneficios, ahorrar dinero, aumentar su alcance geográfico, un retorno de la inversión más rápido y lo más importante, liderando el mercado). La idea refleja el gran desconocimiento del potencial de la Web, impidiendo ver los alcances que esto puede generar para las empresas.

Finamente, los métodos de comercialización han tenido cambios y evoluciones llevándolos a ser más eficientes, permite que los consumidores emitan mensajes y la campaña llegue a donde está el público objetivo, Internet. En este contexto aparece el E-marketing que básicamente es el desarrollo del marketing tradicional llevado al Internet. Actualmente es una estrategia muy importante para el desarrollo del marketing directo que permite entrar en contacto con los potenciales clientes, convertirlos en clientes y fidelizarlos. De esta manera, se consolida el tema como la base del presente estudio de investigación.

---

<sup>3</sup> <http://www.radweb.co.uk/e-business/>

Al hablar de E-marketing, se tiene primero que pensar y clarificar cuales han sido los cambios fundamentales que se han dado en el marketing, en el comercio y en todas las actividades cotidianas ya que, hoy en día, se busca continuamente nuevas y mejores formas de realizar las tareas diarias; por consiguiente se ha dado cabida a la repentina aparición y el crecimiento rápido del uso de tecnologías de información y de las comunicaciones mejor llamadas en nuestra cultura TIC's.

Las TIC's se definen como sistemas tecnológicos mediante los cuales se recibe, manipula y procesa información que facilite la comunicación entre dos o más interlocutores, se puede asegurar también que son más que tecnologías de emisión y difusión (como es el caso de la televisión y la radio), pues no sólo se encargan de distribuir información, sino que permiten una comunicación interactiva.

Podemos decir que el E-marketing es la aplicación del marketing tradicional en Internet. Como lo resalta la definición realizada por Quirk, agencia de UK dedicada al E-marketing. "Very simply put, E-marketing or electronic marketing refers to the application of marketing principles and techniques via electronic media and more specifically the Internet E-marketing is the process of marketing a brand using the Internet. It includes both direct response marketing and indirect marketing elements and uses a range of technologies to help connect businesses to their customers..." Traducido al español (Simplemente, E-marketing o marketing electrónico se refiere a la aplicación de los principios y técnicas de marketing a través de medios electrónicos y, más concretamente, de Internet. El E-marketing es el

proceso de comercialización de una marca a través de Internet. incluye tanto marketing de respuesta directa y elementos indirectos de comercialización y utiliza una amplia gama de tecnologías para ayudar a las empresas a conectar a sus clientes.<sup>4</sup>

El E-marketing retoma los principios del mix de marketing tradicional (4Ps), aplicándolos a las modernas comunicaciones tecnológicas de hoy en día. Ayudando a las empresas a avanzar en su mix de marketing tradicional y ayudarles a desarrollar su imagen y marca. Manteniendo a los clientes al tanto de noticias e información sobre sus productos y servicios. A continuación la Tabla 1 muestra una comparación del marketing tradicional y el E-marketing.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Quirk Agency <http://www.quirk.biz/resources/88/What-is-E-Marketing-and-how-is-it-better-than-traditional-marketing>

<sup>5</sup> El cliente, Internet y la estrategia. Autor Roldan Z. Santiagocxsa

**TABLA 1 COMPARATIVO DE MERCADEO TRADICIONAL Y MERCADEO ELECTRONICO EN FUNCION DE LAS 4PES.**

| ACTIVIDADES                                                                                             | MERCADEO TRADICIONAL        | MERCADEO ELECTRÓNICO        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <b>PRODUCTO</b>                                                                                         |                             |                             |
| Se puede personalizar a los gustos del comprador                                                        | Bajo                        | Alto                        |
| Puede sacar a flote sus atributos intangibles                                                           | Medio                       | Alto                        |
| Puede hacer estrategia de pushing con otras marcas                                                      | Alto                        | Medio                       |
| Puede ser adquirido en volumen                                                                          | Alto                        | Bajo                        |
| Puede indentificar las necesidades que puede tener el comprador                                         | Medio                       | Alto                        |
| Llega a todos los Targets                                                                               | Alto                        | Bajo                        |
| <b>LA PLAZA</b>                                                                                         | <b>MERCADEO TRADICIONAL</b> | <b>MERCADEO ELECTRÓNICO</b> |
| La Colocación                                                                                           | Alto                        | Bajo                        |
| El punto de venta está disponible                                                                       | Medio                       | Alto                        |
| La influencia de compra es                                                                              | Alto                        | Medio                       |
| las negociaciones son                                                                                   | Alto                        | Bajo                        |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                      | <b>MERCADEO TRADICIONAL</b> | <b>MERCADEO ELECTRÓNICO</b> |
| <b>PRECIO</b>                                                                                           |                             |                             |
| Involucra sobre costos en el mismo                                                                      | Alto                        | Bajo                        |
| Se fija por temporales y cambia y varía según actividades de la competencia                             | Alto                        | Bajo                        |
| Se puede comparar en tiempo real con la competencia                                                     | Bajo                        | Alto                        |
| Se puede minimizar costos                                                                               | Bajo                        | Alto                        |
| <b>LA PROMOCIÓN</b>                                                                                     | <b>MERCADEO TRADICIONAL</b> | <b>MERCADEO ELECTRÓNICO</b> |
| Puede estar acompañada con una estrategia de recolección de datos más eficiente                         | Medio                       | Alto                        |
| Necesariamente amerita la recolección de datos                                                          | Bajo                        | Alto                        |
| Puede saber los hábitos de consumo del comprador                                                        | Medio                       | Alto                        |
| Puede saber que otro tipo de actividades de compra de productos de la competencia impactan al comprador | Bajo                        | Alto                        |
| Llega a un mayor espectro de compradores de mi producto                                                 | Alto                        | Bajo                        |
| El costo de la inversión publicitaria se evidencia más.                                                 | Alto                        | Bajo                        |

**Fuente:** El cliente, Internet y la estrategia. Autor Roldan Z. Santiago

En conclusión, el E-marketing son todas las actividades que una empresa realiza en la Web, logrando comunicarse de forma directa con sus clientes o clientes potenciales, con el objetivo de comercializar sus productos y servicios, captar nuevos clientes, tener una comunicación más estrecha con él por medio de nuevos canales de comunicación y finalmente obtener su fidelización.

### 5.3.1 Importancia del E-marketing

En la actualidad, las empresas deben adaptarse a los clientes y el marketing tradicional hay que dejarlo atrás dando un paso adelante tratando de entender más a fondo al cliente. El cliente cada vez es más exigente, ya no basta sólo con satisfacer sus necesidades, las empresas deben lograr una fidelización por parte de él. Pero las empresas se enfrentan a un reto en medio de las diferentes alternativas de canales de comunicación que han venido surgiendo a través de los años, donde es importante recurrir a la creatividad para lograr llamar la atención y poder comunicar sus mensajes claros y entregar valor a los clientes estableciendo una relación. Es aquí donde se ve la importancia del E-marketing, siendo Internet la herramienta que permite la interacción entre el cliente y la empresa para obtener información sobre los perfiles de los usuarios y permitiendo tener claras las necesidades y expectativas de los clientes<sup>6</sup>.

Cristina Zumeta Azpitarte escritora de Marketing en Internet, (Azpitarte, Marketing en Internet, Julio 2012) afirma que “gracias a Internet nuestro mercado es mucho más amplio y multicultural. Por tanto, debemos romper los esquemas tradicionales y establecer una relación individual con el cliente, y por supuesto, conseguir fidelizarlo”.

---

<sup>6</sup>Quirk Agency <http://www.quirk.biz/resources/88/What-is-E-Marketing-and-how-is-it-better-than-traditional-marketing>  
El cliente, Internet y la estrategia. Autor Roldan Z

En esta tarea una herramienta clave es el Marketing Directo o Marketing one to one, que no busca captar nuevos clientes, sino que su objetivo es construir relaciones consistentes y continuas con sus clientes. “El Marketing de la era digital debe adelantarse a los deseos de sus clientes y superar sus expectativas, y esto no se puede conseguir ofreciendo un producto o servicio dirigido a un cliente tipo, es decir, no podemos actuar pensando que todos los clientes tienen las mismas necesidades”.<sup>7</sup>

### 5.3.2 *Beneficios del E-marketing*

Podemos empezar por ver que el Internet tiene unas herramientas que favorecen y/o apoyan la comercialización de productos o servicios, las cuales son utilizadas como parte del E-marketing y se muestran a continuación:

---

<sup>7</sup> Cristina Zumeta Azpitarte, julio de 2001, Marketing en Internet.

- ✓ Las empresas pueden facilitar la distribución de productos y servicios a través de Internet. Ejemplo: Amazon.com.
- ✓ Las empresas pueden generar, construir y mantener de forma satisfactoria la relación con el cliente. Ejemplo: Dell.com.
- ✓ La forma de pago de una transacción puede realizarse en línea, de forma fácil y práctica. Ejemplo: Las entidades bancarias con el pago de servicios públicos.
- ✓ Se pueden atraer clientes potenciales en periodos de corto tiempo. Ejemplo: Google analytics.
- ✓ El Internet es un canal de comunicación idóneo para la publicidad. Ejemplo: Google AdWords.
- ✓ Pueden obtenerse respuestas directas por parte de los usuarios. Ejemplo: Redes sociales como Facebook.

Además que el E-marketing abarca las herramientas de Internet que favorecen la comercialización, cuando las empresas implementan de forma correcta el E-marketing se pueden apreciar resultados cuantificados, generando de forma rápida el retorno de la inversión, y así aumentar la rentabilidad, diferenciándose rotundamente al marketing tradicional.

Gracias a la interacción con el cliente, también es factible identificar sus preferencias y lograr adquirir un cliente rentable. El potencial del mercadeo digital es enorme y permite que las comunicaciones entre la empresa y el consumidor sean de

doble vía. El consumidor puede interactuar con la empresa a través de todo el ciclo de decisión de compra. Por medio del Internet, un consumidor puede obtener reportes sobre el producto que está considerando comprar, comparar precios y buscar opiniones en su red social preferida. Todas estas interacciones son oportunidades que tiene el departamento de mercadeo digital de la empresa para influenciar la decisión del consumidor. Adicionalmente, el Internet es un medio inmediato y con un alcance sorprendente que llega a millones de personas. Esto se traduce en que el nivel de ventas se puede incrementar en línea sin afectar los esfuerzos de marketing. Permite que cualquier tipo de empresa ya sea PYME o una gran empresa pueda ingresar con un precio razonable al mercado de las masas.

### *5.3.3 Beneficios del E-Marketing frente al marketing tradicional*

- Alcance: Las empresas ahora tienen un alcance verdaderamente mundial, los costos de los medios de comunicación tradicionales están limitados a las grandes multinacionales o a las empresas con una alta capacidad económica, el E-Marketing abre nuevas oportunidades para las empresas pequeñas, con presupuestos muchísimos menores y que pueden ampliar la capacidad para acceder a los consumidores potenciales de todo el mundo.
- La Envergadura: La comercialización del Internet permite que el vendedor llegue a los consumidores en una amplia gama de formas y les permite ofrecer

gran cantidad de productos servicios. El E-marketing incluye, entre otras cosas, la gestión de la información, relaciones públicas, servicio al cliente y ventas.

- La Interactividad: Mientras que el marketing tradicional es en gran medida de conseguir un mensaje de marca, el E-marketing facilita las conversaciones entre las empresas y los consumidores. Con un canal de comunicación de dos vías, las empresas pueden alimentarse de las respuestas de sus consumidores haciéndolo el marketing más dinámico y aceptable.
- La Inmediatez: El E-marketing es capaz de proporcionar efectos inmediatos que en el marketing tradicional no es tan fácil de lograr, ya que el consumidor está limitado a conocer el artículo o servicio promocionado. Además con el E-marketing a través de un corto tiempo o unos clicks se puede hacer una compra o una reserva de avión y esto puede ocurrir en cualquier momento y las 24 horas del día.
- Costo / beneficio: Con el uso de las herramientas de E-marketing como es el correo electrónico, se puede tener una comunicación 1:1 con los clientes actuales y potenciales. Al mismo tiempo se pueden crear campañas de e-mail marketing a bajo costo, se puede también enviar boletines de correo electrónico HTML con el fin de obtener mejores tasas de conversión e incluir los gráficos.

- Manejo de Base de Datos: A través del E-marketing se puede obtener la información necesaria de sus suscriptores y almacenarlo en bases de datos, esta información después se puede importar directamente y esto puede facilitar la creación de campañas personalizadas. El marketing tradicional es mucho más caro que el marketing directo por correo electrónico. Por ejemplo, si se desea iniciar una campaña de correo directo postal, tendrá costos para crear e imprimir folletos y solventar gastos de envío. Por no hablar de la televisión o la publicidad impresa. Además de que es mucho más caro, se tarda mucho más tiempo para crear y poner en práctica cualquiera de las campañas tradicionales de marketing o publicidad en línea y la relación de la respuesta suele ser mucho menor que con el uso de marketing por correo electrónico.

#### *5.4 El E-marketing en América Latina*

Generalmente cuando se piensa en E-marketing, vienen a la mente países desarrollados de Europa o Estados Unidos, pero no se observan las habilidades que se están desarrollando en este campo en países de sur América como: México, Brasil, Argentina, Colombia, Chile, Venezuela y Ecuador<sup>8</sup>.

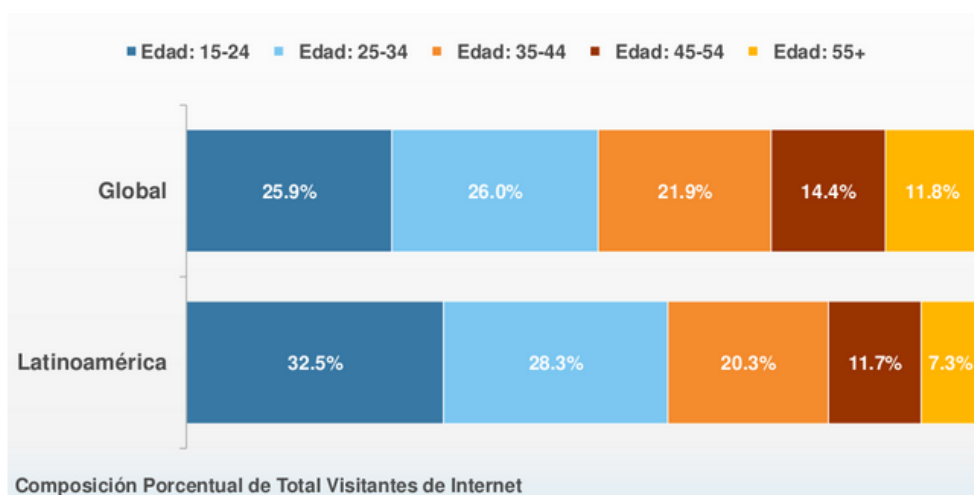
---

<sup>8</sup>Abel Pardo, 22 de Febrero 2012, AIGEN Digital Marketing. Tomado de la página de internet <http://aigendigitalmarketing.com/digital-marketing-in-south-america-are-you-ready-for-them/>

Una muestra de ello es Brasil, uno de los más importantes del mundo en el desarrollo de E-marketing, con una tasa de un 40% de crecimiento de la población on line<sup>9</sup>. En la última convención de WSI realizada en Las Vegas la delegación brasileña fue una de las más grandes, con gran reputación por sus asesores de marketing digital.

También se puede ver el análisis acerca del E-marketing en América Latina que realiza Bruno Campolo.<sup>10</sup> La siguiente grafica (ilustración 3), nos muestra el crecimiento de la población on line de América Latina. Con su crecimiento doblo el promedio del resto del mundo durante el año 2009 – 2010 siendo México y Colombia los que mostraron los más altos crecimientos.

#### ILUSTRACIÓN 3 POBLACION ON LINE A NIVEL MUNDIAL



<sup>9</sup>ComScore, Media Metrix Trabajo diciembre 2011.

<sup>10</sup>Bruno Campolo 14 de Febrero de 2012. E-Marketing en Latinoamerica

Fuente: Comscore Media Metrix.

**ILUSTRACIÓN 4 CRECIMIENTO DE LA POBLACION ON LINE EN LATINO AMERICA EN EL 2009 - 2010**



Fuente: Comscore

El estudio anterior, realizado en el 2009 – 2010 mostraba un gran crecimiento, pero un estudio realizado por Google Colombia, para el 2013 prevé que más de 18 millones de colombianos se conectarán a la red desde su casa.<sup>11</sup>

*“Aunque Internet es todavía un canal naciente en el mercado de la publicidad colombiana y como tal representa menos del 1% de la inversión total, el importante crecimiento de la base de usuarios de Internet en los próximos*

<sup>11</sup> Francisco Forero, representante de Google para Colombia.  
<http://www.m2m.com.co/interna.asp?mid=1&did=385>

*cinco años proyecta que este medio crecerá en relevancia y atraerá a un 8% del total de inversión en publicidad en 2013. Se estima que en publicidad se invertirá 1.8 billones de dólares americanos, lo que representa aproximadamente el 0,9% del PIB Colombiano para este año”, afirmó Francisco Forero, representante de Google para Colombia*

El pasado martes 10 de abril ComScore presentó su reporte anual “Futuro Digital – Colombia 2012”. El estudio mostró una visión panorámica de la Web global. A continuación se pueden conocer algunos de los datos más relevantes del estudio.<sup>12</sup>

- ✓ La población de Internet en Colombia, tanto en el hogar como en el trabajo aumentó 15% durante el último año.
- ✓ Colombia tiene 1,9 millones de nuevos usuarios de Internet comparado con el año pasado.
- ✓ Las personas entre 15 y 24 años de edad, componen el 40% de la audiencia online en Colombia, en Latinoamérica es del 32% y en el mundo del 26%.
- ✓ El uso Web en Colombia aumentó sustancialmente, donde un usuario promedio pasó 23,3 horas online a enero de 2012.
- ✓ Los hombres colombianos, en casi todos los grupos de edad, consumieron más tiempo online que las mujeres.

---

<sup>12</sup><http://internetesmercadeo.com/comscore-revela-el-futuro-digital-de-colombia-2012-comscore-revela-el-futuro-digital-de-colombia-2012/>

- ✓ Las redes sociales alcanzan el 96% de la población Web de Colombia, tasa similar al resto de los países de la región.
- ✓ Colombia es el mercado número 6 de Facebook, en términos de alcance a nivel global con un 90,8%.
- ✓ Colombia es el tercer país más involucrado de Latinoamérica en Twitter con un 21,3% de Alcance.
- ✓ 78% de los usuarios Web Colombianos usaron e-mail en enero 2012, una tasa que supera el promedio mundial de 65%.
- ✓ Sólo el 57% de los usuarios Web en Colombia accede a algún sitio de retail.
- ✓ Un fenómeno que se instala cada vez con mayor peso es el uso Tablets. Registran 40% del Tráfico Web de No Computadores en Brasil y Colombia.

La cifras anteriores muestra el campo de acción que tienen las empresas en los países Latinoamericanos, para desarrollar estrategias de E-Marketing y cómo el mercado se va transformando con esta nueva era digital y empieza a ser explotado.

#### 5.4.1 Ad-server (publicidad online)

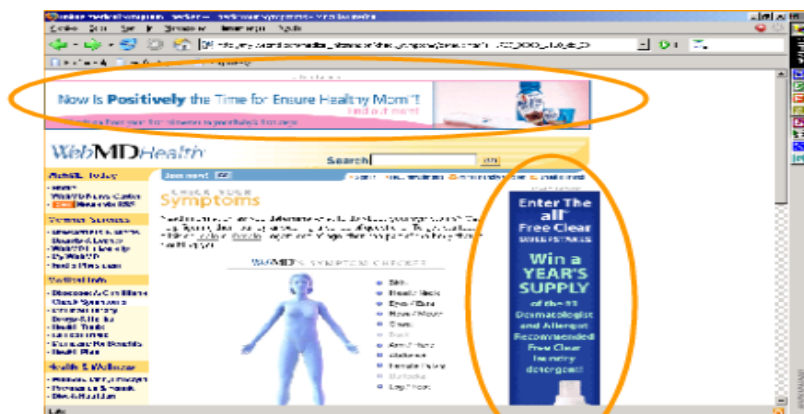
Un Ad server es un servidor de Internet usado como tienda de anuncios de marketing online, el contenido de este servidor se actualiza constantemente con nuevos anuncios como Banners o textos estáticos o animados.

Adicionalmente el ad server lleva a cabo varias funciones como contador de clicks para cada una de las campañas, generando adicionalmente reportes, los cuales son determinantes para el contratante o propietario de las páginas Web. Los ad servers están compuestos de dos maneras:

- a. Ad server locales: Son aquellos que están manejados habitualmente por un publicista, permitiendo que este sea el encargado del contenido, el formato y la creatividad. Es decir los servidores a cargo de los propietarios de un dominio para mostrar los anuncios en su página.
- b. Ad server remotos: Son aquellos que están manejados por una central y múltiples publicistas o anunciantes, ellos envían los anuncios a una fuente central en donde los anunciantes y los publicistas pueden hacer seguimiento de la rotación y la distribución de los anuncios a través de la Web. Es decir, los servidores a cargo de un tercero que es pagado por la empresa que desea anunciar sus productos.

## 5.4.2 Tipos de Ad Server

### ILUSTRACIÓN 5 AD SERVER



Fuente: Web MD Health

### ILUSTRACIÓN 6 FORMATO FLOTANTE

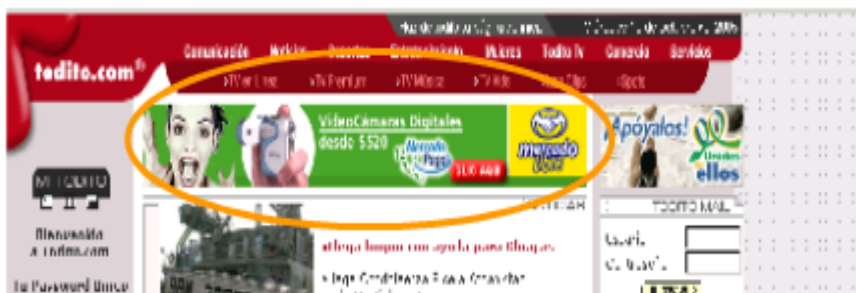


Fuente: Matchmaker.com

## Formatos Integrados

- Banners: Es el anuncio publicitario más común el cual se enlaza al sitio Web del anunciante, generalmente se coloca en la parte superior del sitio Web, estos pueden involucrar archivos gráficos, de audio o videoclips, este es un método de fácil implementación y de costo efectivo.

### ILUSTRACIÓN 7 BANNER



Fuente: [www.todito.com](http://www.todito.com)

- Rascacielos (skyscraper): Es la variante de un banner que generalmente se ubica al lado derecho de un sitio Web y tiene una altura igual a la pantalla.

#### ILUSTRACIÓN 8 RASCACIELOS



Fuente: [www.invierta.com-mx](http://www.invierta.com-mx)

- Roba Paginas: Es el formato más utilizado en la actualidad el cual busca a dar a conocer una marca y funciona como un anuncio dentro del contenido de una página que asegura visibilidad.

#### ILUSTRACIÓN 9 ROBA PAGINAS



Fuente: [www.terra.com.mx](http://www.terra.com.mx)

- Botones: Es una variante de un banner el cual consiste en un anuncio más pequeño ubicado en la parte lateral y/o inferior de una página y lo mejor es que está dirigido a patrocinios o alianzas.

#### ILUSTRACIÓN 10 BOTONES



**Fuente:** www.elnorte.com

- Enlace de Texto

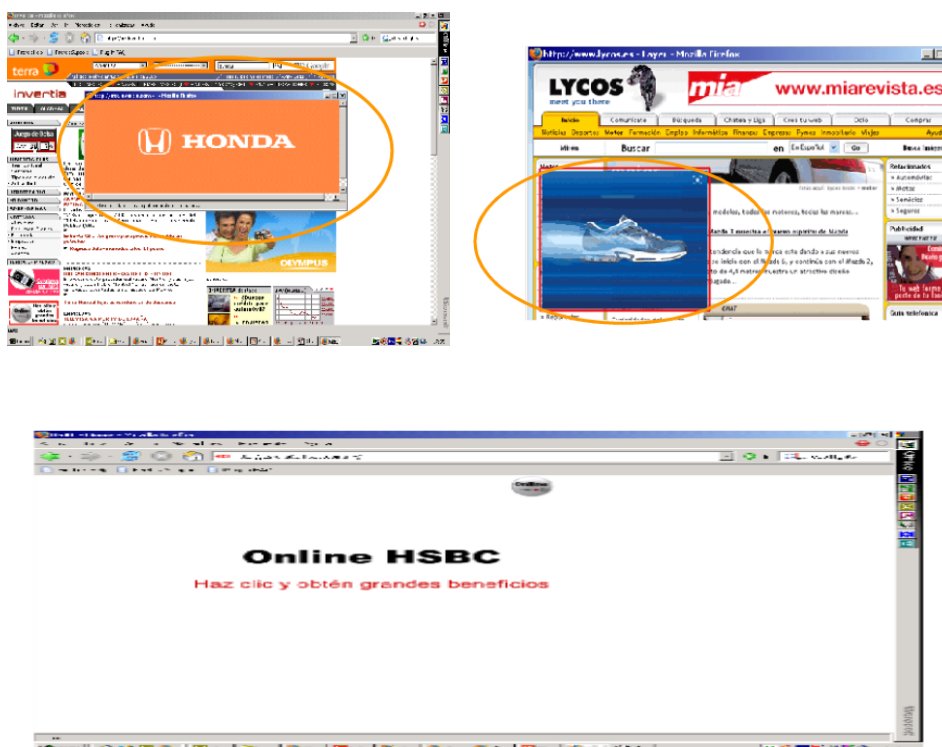
Son textos, imágenes o información los cuales son asociativos, pueden ser:

Pop-UP, Pob-Under, estos son anuncios publicitarios que se generan en nuevas ventanas en forma automática y se enlazan al sitio Web del anunciante. El PopUP aparece sobre la página mientras que el PopUnder debajo de esta. Otro tipo de publicidad son las cortinillas,

anuncios que toman toda la ventana las cuales suelen ser la entrada a un sitio Web, generalmente son animadas y de breve duración.

Finalmente los layers son anuncios animados que pueden estar moviéndose alrededor de toda la pantalla y enlazan al sitio Web del anunciante.

#### ILUSTRACIÓN 11 ENLACE DE TEXTO



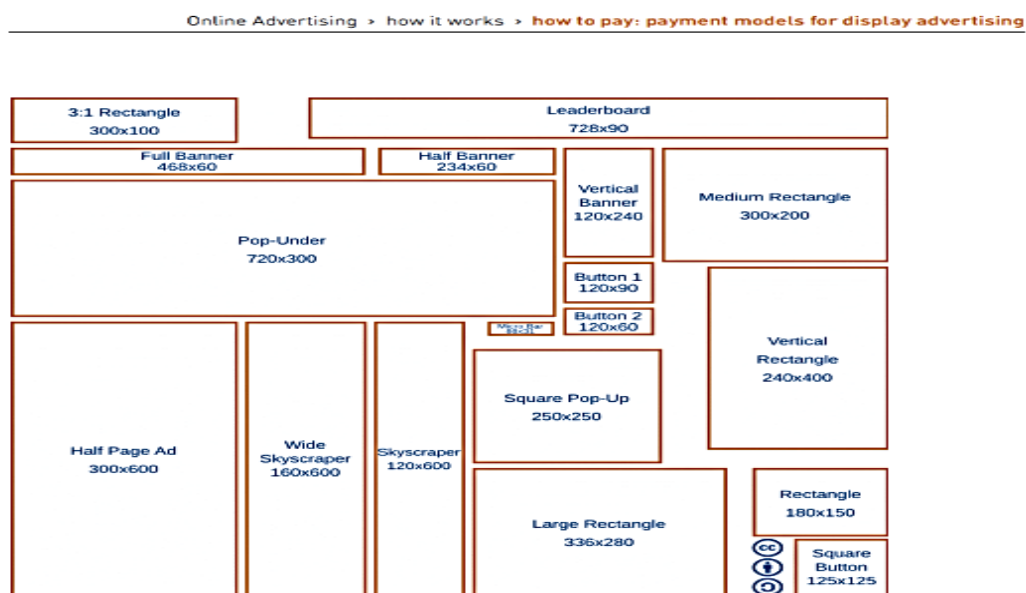
Fuente: [www.hsbc.mx](http://www.hsbc.mx)

Todas estas herramientas se desarrollan a través de redes de marketing online, que actúan como intermediarios entre los entes editores y los anunciantes, a través del desarrollo de soluciones adecuadas a las dos partes, a través de servidores *ad server*, que centralizan los anuncios a diferentes páginas Web, de la misma forma en

la que definen por configuración del mismo, el seguimiento a los reportes e indicadores de efectividad, así como la segmentación de los mismos. Además de esto, los ad-servers también sirven como bodegas de almacenamiento que archivan los anuncios a las páginas Web, los cuales pueden ser locales (cuando son ejecutados por los editores, para anunciar en páginas Web del dominio del editor), o pueden ser terceros que pueden anunciar en sitios Web de cualquier dominio<sup>13</sup>.

A continuación un ejemplo del tamaño y ubicación de los banners utilizados para publicitar en Internet:

#### ILUSTRACIÓN 12 PAUTA DE BANNERS



**Fuente:** Stokes, Rob. E-Marketing , the Essential Guide to Digital Marketing, 4a edición, 2008

<sup>13</sup> Stokes, Rob. E-Marketing , the Essential Guide to Digital Marketing, 4a edición, 2008

Existen diferentes maneras de pagar por estos servicios, algunas de los más utilizados son:

- *Costo Por Mil*: procedimiento muy útil cuando se pretende orientar los anuncios a un mercado específico y mantener el anuncio en una página Web que está dirigido a las personas en su mercado objetivo. Este método enseña que el costo funciona cada mil impresiones, es decir cada mil veces que se visita una página Web por medio del anuncio.
- *Costo Por Click*: el anunciante sólo tiene que pagar cuando alguien hace click en el anuncio y después llega a un sitio Web determinado.
- *Costo Por Acción*: este método resulta muy riesgoso para el editor porque sólo se paga cuando alguien hace una compra en un determinado sitio Web llegando por el anuncio.
- *Costo Por Visitante*: se paga una tarifa cada vez que se envía a un visitante a su sitio Web desde el anuncio.
- *Costo Por Vista*: Se paga una cuota muy pequeña para cada vista que tenga el anuncio.
- *Costo por Lead*: combinación del costo por click y costo por acción.
- *Costo por Venta*: el anunciante sólo paga cuando se hace una venta.
- *Costo por Conversión*: Utilizado principalmente por personas que dirigen la campaña de publicidad con varios anuncios diferentes.

Por otro lado, no todas las formas de publicidad en línea necesitan pagos basados en el uso de ciertos anuncios. Existen otras alternativas que sólo exigen un pago por un espacio determinado en una página Web durante un tiempo específico. Este tipo de anuncios gráficos utilizados para hacer publicidad en Internet vienen en varios formatos y formas. Algunos de ellos son:

- *Moving Ad*: es un anuncio en movimiento que por lo general comienza en un lado de la pantalla buscando la atención de los usuarios y luego se mueve hacia el centro para que el usuario pueda tener una mejor imagen.
- *SizeChanging Ad*: es un anuncio que se ampliará en una página Web por lo general de forma automática. Usualmente ese cambio se da cuando un usuario llega a la página Web o cuando el usuario pone el cursor sobre el anuncio.
- *Background or Wallpaper Ad*: son fondos de pantalla que están en un sitio Web y que buscan llamar la atención de todos los usuarios.
- *Deceptive Banner*: son anuncios que muestran un mensaje falso o engañoso.
- *Pop-up*: son anuncios que salen en un sitio Web y que pretende enviar a los usuarios a otro sitio.
- *Video Ad*: son anuncios de video que frecuentemente tiene mayor efecto que los anuncios de texto simples.

#### 5.4.3 Medición de la efectividad de la publicidad en-línea

La publicidad en línea, al igual que los medios tradicionales de publicidad, está directamente relacionada con “compromiso” o captura de atención y duración de tiempo. Las métricas de captura o compromiso se pueden definir como las mediciones del tiempo que alguien permanece en una página Web, la frecuencia de visita a la misma, el nivel de confianza en su contenido, la tendencia a recomendar a otras dichas páginas y la aceptación de encontrar publicidad en la misma. Esto puede ser fácilmente medible en Sitios de contenido especializado, visitados normalmente por individuos orientados a un fin específico de consulta. (Online Advertising: The frontline., 2011)

Sin embargo, no todos los usuarios tienen la misma percepción acerca de la publicidad en las páginas que visitan. Por ejemplo, al navegar a través de un Sitio de Red Social los usuarios están en un *modo de comunicación* o interacción con otros usuarios, por lo cual, la aparición no autorizada de anuncios puede ser incómoda y generar disgusto, llevando a un resultado totalmente opuesto al buscado por los anunciantes. (Online Advertising: The frontline, 2011)

Es importante notar que los anuncios que cuentan con índices de efectividad más altos son aquellos que llevan a sitios donde se tiene la posibilidad de hacer compras

directas en donde se ve con más claridad la efectividad de la publicidad en las decisiones de compra del público. (Yet-Mee, Ching-Seng, & Teck-Chai, 2011)

El uso cada vez menor de medios tradicionales y las bajas barreras para entrar a implementar publicidad en-línea han resultado en nuevas reglas de compromiso para las ventas de anuncios. Si se quiere mejorar la efectividad de los anuncios, Joe Casale (2011) propone una Lista de Verificación de algunos aspectos importantes a tener en cuenta desde el punto de vista de los publicadores de anuncios. Esta lista se resume en:

- Flexibilidad para ofrecer a los anunciantes tratos especiales, dándoles la oportunidad de hacer cosas inesperadas con un alto impacto. Esto permite diferenciar los canales de publicidad por nivel de importancia.
- Tener en cuenta la experiencia del usuario. Los anuncios maliciosos, de baja calidad o intrusivos eliminan casi de inmediato las posibilidades de éxito. Debe tenerse especial cuidado en el diseño, distribución y ubicación de los anuncios para satisfacer las expectativas tanto del anunciante como del usuario.
- Práctica de PACE (Placement-Audiencia-Content-Environment) para lograr un balance entre las necesidades de los anunciantes y la audiencia:
  - ✓ Es mejor tener una baja densidad de anuncios en las páginas para hacerlas menos pesadas a la vista. Idealmente de dos a tres anuncios es suficiente.

- ✓ La ubicación de los anuncios es clave. Los anuncios en la parte superior tienen el mayor impacto.
- ✓ Las especificaciones de los anuncios son críticas para determinar cuáles son los ideales para ubicar en una página. Debe considerarse el tamaño y formato para identificar el nivel de impacto.
- ✓ Establecer alianzas tecnológicas con socios que mitiguen los retardos temporales en la red, lo que impacta directamente la experiencia de Navegación.
- ✓ Considerar el impacto de las características del sitio pues el contenido del mismo puede afectar la impresión de los anuncios sobre los visitantes.

Finalmente, el objetivo de la publicidad en línea, al igual que en los medios tradicionales es lograr motivar una acción de compra y los esfuerzos y recursos empleados en ello deben redundar en beneficios económicos (Return of Investment). Los anunciantes deben entonces prestar mucha atención a la calidad de las páginas “destino” de los anuncios publicitarios en Internet. Dada la gran cantidad de información disponible, el usuario promedio de la Red tiene un muy reducido margen de atención por lo que si no se logra capturar, existe la probabilidad de que simplemente cierre la página y regrese a donde se encontraba previamente. Si se maneja un modelo de pago por Click, en este caso se está pagando por un resultado indeseado ya que en ese tiempo el usuario tuvo muy poco contacto con la información mostrada en el Sitio. Es por eso que las páginas de los anunciantes tienen solamente una ventana de 10 segundos para convencer a los visitantes de permanecer allí o salir. (Teixeira, 2010)

## 5.5 Posicionamiento

El posicionamiento está ligado directamente a la pregunta *¿Dónde se quiere llegar?* Esta pregunta es la que en últimas debe influenciar las decisiones del establecimiento de una estrategia de posicionamiento. Es importante no sólo determinar a qué posición se espera llegar con un sitio, sino también cuáles sitios deben ser considerados aliados, iguales o rivales.

La posición que un Sitio Web logra en la mente de los consumidores está en la interpretación de ellos mismos de la marca, las ofertas de productos, actividades sociales y la percepción de la comunidad. Las siguientes son algunas estrategias de posicionamiento válidas en el entorno de los negocios on-línea (Dann & Dann, 2011):

- a) Posicionamiento a través de atributos y beneficios que se cree son importantes para el mercado objetivo planteado.
- b) Uso y aplicación. Enfocado en lo que el usuario final realmente hará con el producto, comparado con los opositores. Tiende a confundirse con el punto anterior, en la medida que los atributos o beneficios son lo que se *espera* que los usuarios utilicen del producto o servicio, que en ocasiones no es exactamente para lo que en la realidad es utilizado.

- c) Usuario del producto. Se tiene en cuenta el perfil de los consumidores que estarán usando el producto.
- d) Precio-calidad. Obviamente la relación entre la calidad del producto y el precio es un comparador importante con la competencia para lograr una posición en el mercado. Es complicado de lograr dada la gran cantidad de productos gratuitos a que se tiene acceso en la Red, en comparación con el mercado fuera de ella. Por lo general los productos con cargo son de valor extendido o contenido *Premium*.
- e) Simbología cultural. Dependiendo del perfil cultural del mercado objetivo, el uso de cierta simbología o contenidos captura la atención de los consumidores.
- f) Clase de producto. En la Red puede haber competencias de tipo indirecto entre productos que en definición no están catalogados dentro de la misma clase. Un claro ejemplo es la competencia entre software *Web-based* y software instalado en cada computador, que en definición no son iguales, pero atacan el mismo mercado.
- g) Competidores. Se enfoca en destacar las similitudes o diferencias entre el propio producto y el de los competidores. Es una estrategia que representa ventajas para los consumidores, más que para los anunciantes, pues intenta posicionar un producto con base en el posicionamiento ya existente de un producto más reconocido. Puede verse en las búsquedas que al hacer en Google retornan a una sección de *Búsqueda Relacionada*.
- h) Reposicionamiento. Cambio de nivel, de donde se está actualmente y un punto más alto de posicionamiento, tal vez usando una o más de las estrategias anteriores.

## 5.6 Motores de Búsqueda

El tráfico de los Motores de Búsqueda es hoy en día el *líquido vital* de Internet. Estudios han demostrado que más de la mitad de las visitas a los Sitios Web llegan a través de Motores de Búsqueda y no con el uso de direcciones o vínculos desde otras páginas. Se debe entonces, prestar mucha atención al papel que los *Buscadores* juegan en los negocios en-línea y sobre todo entender su funcionamiento para sacar el mayor provecho de los mismos.

Contrario a lo que la mayoría piensa, los Motores de Búsqueda no exploran la Red, sino su propia lista o índice y el primer paso es la creación de dicha lista. Para construir sus *índices*, los Motores de Búsqueda utilizan programas llamados *Spiders* que se encargan de crear dicha lista accediendo a algunas páginas y siguiendo los hipervínculos en ellas. Luego este proceso se repite una y otra vez hasta que se logra consolidar una base de datos lo suficientemente completa de todas las páginas existentes o por lo menos las que tienen vínculos que lleven a ellas. (Facts about Google and Competition, 2012)

Cuando una determinada consulta es hecha en un Motor de Búsqueda se obtiene un listado de resultados organizados de acuerdo a un escalafón de relevancia, conocido como *SERP (SearchEngineResult Page)*. Antes de Google, los Motores basaban sus algoritmos en la búsqueda de *palabras clave* en ciertas porciones de los metadatos de las páginas y la prioridad de los resultados estaba ligada al número de

veces que las *palabras claves* aparecían en el contenido. Con esto en mente, aparecieron los llamados optimizadores “Black Hat” que de forma poco ética añadían palabras claves específicas en páginas que no necesariamente contenían información directamente relacionada con dichas palabras, haciéndolas más relevantes que otras al *engañar* la búsqueda. (Ojala, 2011)

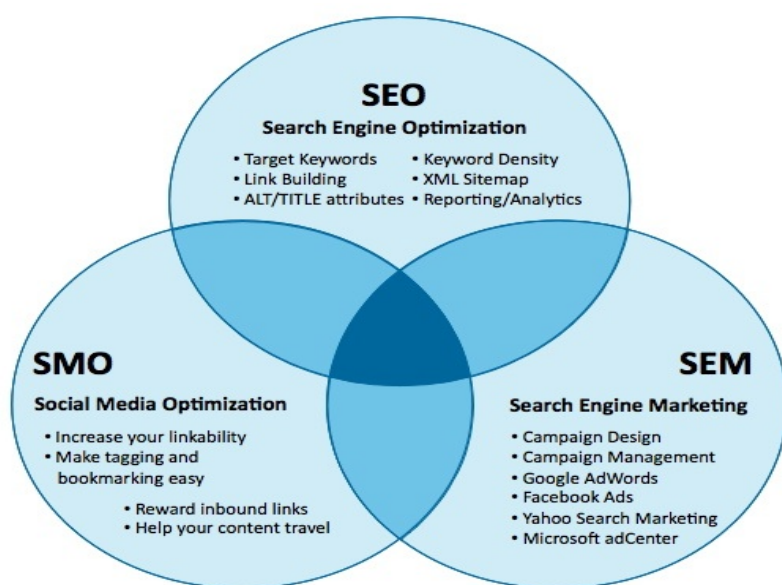
Google revolucionó el mercado con su aparición en 1996 con un algoritmo que además de tener en cuenta la densidad de palabras clave se enfoca en la reputación de las páginas, obtenida a través de “votos”. Estos votos son dados a las páginas gracias al número de vínculos que a ellas llegan desde otros Sitios, lo que es directamente proporcional a la calidad de su contenido y el nivel de confianza generado por las mismas. Este algoritmo y sus componentes (más de 200 “preguntas” para una determinada consulta) lograron posicionar a Google como el buscador más utilizado a nivel mundial, por encima de Bing, Yahoo, Ask.com y otros.

En los últimos tiempos, el reto ha estado en la reducción de *Spam* en los resultados de las búsquedas, para lo cual se han desarrollado actualizaciones a los algoritmos de búsqueda e incluso se han aplicado sanciones a las compañías que faltando a la ética engañan a los buscadores para lograr un posicionamiento irreal. (Facts about Google and Competition, 2012)

## 5.7 SEM (Search Engine Marketing) - SEO (Search Engine Optimization)<sup>14</sup>

Comprender cómo funcionan estos motores de búsquedas para así poder lograr que su página Web aparezca al menos entre los veinte primeros puestos que ofrece como resultado el buscador, para esto es necesaria la planificación de una estrategia de marketing en motores de búsqueda. Esta estrategia utilizada para el posicionamiento de páginas Web se denomina SEO cuando se refiere al posicionamiento orgánico de la página y SEM cuando se trata de la publicidad paga en los buscadores.

### ILUSTRACIÓN 13 TECNICAS DE POSICIONAMIENTO



**Fuente:** Tomado de la página Web <http://seobloggerbook.blogspot.com/>

<sup>14</sup> Técnicas que buscan mejorar el posicionamiento en los buscadores.

Cuando se hace referencia al posicionamiento y optimización de sitios Web hay 3 componentes fundamentales a tener en cuenta. Estos incluyen la optimización del SearchEngine (SEO), Social Media Optimization (SMO) y SearchEngine Marketing (SEM).

El SEO juega el papel más importante cuando se está creando de un sitio Web, también es una de las maneras más rápida y baratas para obtener la lista de los principales motores de búsqueda.

El SEM normalmente toma más tiempo para la instalación y puede ser costoso, pero por lo general paga grandes dividendos cuando se hace correctamente.

El SMO es una forma de atraer y alertar a los usuarios del sitio Web a través de servicios como Facebook, Twitter, Linkin, YouTube y otros. SMO por lo general es la inversión más grande de las tres, pero una vez más cuando se hace correctamente puede realmente aumentar el tráfico Web en general.

### 5.7.1 SEM (*Search Engine Marketing*)

Por sus siglas en inglés se denomina SEM (*SearchEngine Marketing*) alude al marketing de buscadores, es decir, al marketing de cada sitio Web en los motores de búsqueda. Manejando este proceso es posible lograr un excelente nivel de competencia con las demás páginas Web que publicitan contextualmente en los buscadores, trabajando también sobre la configuración de los avisos que patrocinan los distintos buscadores. Esto se logra analizando la disposición del texto y el código HTML para, que en la indexación de búsqueda, su sitio sea encontrado rápidamente y la mayor cantidad de veces posibles.

Fundamentalmente, el SEM se utiliza como una herramienta para mejorar el posicionamiento de su sitio Web en los resultados de los motores de búsqueda mediante diversas técnicas publicitarias. De igual manera, es muy pertinente resaltar que dentro del SEM se localizan una gran cantidad de estrategias de marketing como la publicidad en buscadores (PPC), optimización de redes sociales (SMO), blogging y el marketing viral.

Teóricamente, el SEM se puede dividir según su ubicación:

- *Red De Búsqueda*: Es el enlace patrocinado que se sitúa en la columna de la derecha de la página de resultados del buscador.
- *Red de Contenido*: Es el aviso que se localiza en una página Web que es miembro de este sistema pago de los buscadores.

Por otro lado, dentro de los beneficios más destacados del SEM podemos encontrar:

- Mediante esta herramienta se puede pautar en los motores de búsqueda más populares lo que permite conseguir suficientes clientes potenciales y una amplia exhibición de la marca.
- Search Engine Marketing (SEM) representa una posibilidad de lograr altos niveles de retorno de la inversión (ROI). De esta manera, las empresas son capaces de llegar a una gran audiencia en todo el mundo a una fracción de costo.
- Search Engine Marketing (SEM) ofrece la posibilidad de personalizar, optimizar y hacer cambios a la estrategia publicitaria a lo largo del camino. Si una palabra clave no está funcionando, se puede detener y desviar el presupuesto a otros canales.

La ventaja del SEM o pago por click es que usted solo pagara por los resultados, es decir por cada clic en la publicidad contextual del buscador que llevara al usuario

directamente a su sitio. Es la mejor manera de conseguir clientes potenciales rápidamente. El usuario que elije dar click en una publicidad está efectivamente interesado en su oferta, es casi un cliente logrado.

#### *5.7.1.1 SEM por RDS*

RDS ofrece servicios de SEM como Google Adwords y la publicidad de gestión de medios de comunicación social. Se puede optar por colocar anuncios de texto o imagen dentro de varios sitios Web en la red publicitaria de Google, como AOL.com, Gmail.com, blogs y YouTube.

Cuando se habla de SEM, se refiere principalmente a promocionar una Web, normalmente de un negocio, mediante dichos enlaces patrocinados. Un enlace patrocinado no es otra cosa que pagar al buscador para que la Web aparezca al principio en los resultados de la búsqueda, en forma de anuncio.

Una vez más, el "patrocinador" por excelencia es Google, que ya ha hecho famoso los Google AdWords y Google AdSense para que las empresas puedan hacer uso de SEM de manera muy simple, aunque muchos otros, como por ejemplo Yahoo, cuentan con un sistema muy parecido.

Google AdWords funciona de la siguiente manera: el cliente paga por cada vez que un usuario hace click en su enlace cuando aparece en las búsquedas realizadas en el buscador, incluso puede decidir cuánto paga, lo que lo convierte en un discreto sistema de subastas. Google AdSense pretende, por otra parte, proporcionar dinero al cliente, siendo esta vez ellos quien recibe dinero al permitir que Google coloque anuncios en sus páginas y, una vez más, la cantidad de ese dinero dependerá de los usuarios que pinchen en los enlaces.

#### *5.7.1.2 Métodos del SEM*

Existen cuatro categorías de los métodos usados para optimizar los sitios Web a través del marketing en los buscadores:

- Investigación y análisis de palabras

Implica tres pasos: asegurar que el sitio puede ser indexado en los motores de búsqueda, la búsqueda de las palabras claves más relevantes y populares para el sitio y sus productos, y el uso de las palabras claves en el sitio de una manera que genere el tráfico.

- Saturación y popularidad de las páginas Web

Es la cantidad de presencia en un sitio Web en los motores de búsqueda, pueden ser analizados a través del número de páginas del sitio que están indexadas en los motores de búsqueda (saturación) y cuántos backlinks hay el sitio (popularidad).

Se requiere que las páginas contengan palabras claves buscadas por las personas y asegurar que estas ocupen un rango lo suficientemente alto en los buscadores.

Marketleap de Enlace y de saturación motor de búsqueda.

- Realizar copias de seguridad a las herramientas

Son herramientas de análisis Web y validadores HTML, su función es proporcionar datos sobre un sitio Web y sus visitantes, de esta manera permitir la medición de un sitio Web. Esta herramienta Va desde contadores de tráfico a las herramientas que trabajan con archivos de registro y de instrumentos más sofisticados que se basan en el etiquetado de la página (poniendo JavaScript o una imagen en una página de seguimiento de las acciones). Estas herramientas pueden proporcionar información relacionada con la conversión.

Existen tres herramientas principales utilizadas:

- a. Herramienta de análisis de archivo: WebTrends.

- b. Etiquetas basadas en programas de análisis Hitbox Web Side Story.
- c. Transacciones de la herramienta: Real TeaTealeaf.

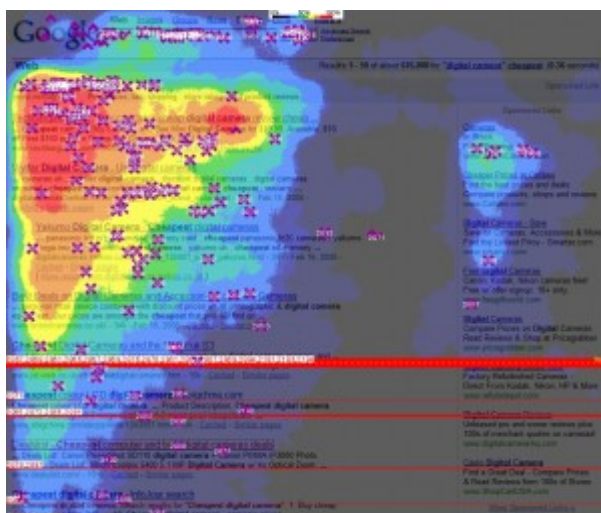
- Claves de herramientas

Es parte clave para poder encontrar información relacionada con los derechos de autor y marcas.

#### *5.7.2 SEO (Search Engine Optimization)*

El SEO u optimización para motores de búsqueda o buscadores (Search Engine Optimization) es la herramienta que permite ocuparse del posicionamiento orgánico, también llamado natural. Para esto es necesario optimizar interna y externamente su sitio Web para aparecer en las primeras posiciones de los buscadores más conocidos. Una particularidad de la funcionalidad del posicionamiento orgánico para el posicionamiento de páginas Web, es que solo funciona en aquellas sitios Web que contienen texto. Quedan por fuera de los sitios que se desarrollan en imágenes.

## ILUSTRACIÓN 14 TRIANGULO DORADO DE GOOGLE



**Fuente:** Resultados estudio del firma Eyetools

La anterior gráfica muestra los resultados de un estudio de la firma Eyetools sobre el buscador Google. En la gráfica, más conocida como el “Triángulo Dorado de Google” se observa en tonos rojos la región de la página donde más se concentran los ojos de los usuarios, que corresponde precisamente a los primeros dos o tres resultados de la búsqueda. Es ahí donde la *Optimización* de las búsquedas juega un papel crucial y es donde la batalla por aparecer en los primeros lugares se libra. Para ello se utiliza SEO, que se puede definir como el *proceso de mejorar la visibilidad de una Página o Sitio Web en los resultados orgánicos (por defecto) de un motor de búsqueda*. Esta estrategia se desarrolla directamente en el sitio Web propio.

No es una tarea fácil. Cada buscador está basado en algoritmos propietarios que determinan de formas distintas los mecanismos para dar una posición en el

escalafón a una determinada página. Las estrategias de SEO entonces deben ser diseñadas dependiendo del Motor de Búsqueda más utilizado por el mercado objetivo. Por supuesto se trata de un proceso cambiante que debe reaccionar acordemente con los cambios que los Motores de Búsqueda realicen a sus sistemas de priorización. (Dann & Dann, 2011y Ojala, 2011).

Sin embargo, dado que Google permanece como el Motor de Búsqueda líder en el mercado, la mayoría de Sitios se enfocan en su optimización para dar mejores resultados en precisamente este Buscador. No obstante, esta tarea puede también redundar en una optimización del Sitio aún en otros Motores

Ahora bien, para que el SEO tenga una mayor optimización, es muy importante identificar cuáles son sus elementos clave:

- *Industria y competencia*: el análisis de la industria permite definir la estrategia de enlace y el lapso de tiempo para un sitio Web en particular. Así mismo, el análisis de la competencia ayuda a identificar el target de los competidores, las palabras clave que están utilizando y su ubicación en el SERP (search engine result pages).
- *Palabras clave*: las palabras y/o las frases que la gente utiliza para buscar un producto o servicio en Internet se convierten en tal vez el aspecto más importante dentro del SEO. Así las cosas, la selección de dichas palabras se

generan un proceso crítico, aumentando la posibilidad que los clientes potenciales se dirijan a un sitio Web particular. Frente a este análisis hay que tener en cuenta algunos aspectos como muy significativos: el estudio de los términos de búsqueda más altos y más bajos, el estudio de las palabras claves, el estudio del contexto y el estudio de la búsqueda de términos errados.

- *Contenido*: el proceso de enriquecimiento de los contenidos implica la modificación del contenido de la página, de igual manera, implica un análisis de la densidad de palabras clave y la frecuencia de las mismas. La principal característica del enriquecimiento de los contenidos es que ayuda a garantizar que el nuevo contenido se ubica de manera que tiene un efecto productivo en los motores de búsqueda.
- *Código de mejora*: El proceso de mejora de código permite que los motores de búsqueda puedan entender la estructura de una página Web. Tecnologías tales como, JavaScript, Flash no son comprensibles por los motores de búsqueda. Por lo tanto, un optimizador de motor de búsqueda tiene que hacer que un motor de búsqueda sea capaz de leer las páginas Web correctamente.
- *Link Building*: La construcción de los links se convierte en una parte vital en un SEO. Así las cosas, un optimizador de motor de búsqueda tiene que presentar un sitio Web en diferentes directorios y en otros sitios Web relacionados.
- *Violaciones*: Los motores de búsqueda pueden eventualmente identificar prácticas incorrectas que pretendan burlar sus algoritmos, como el uso

indiscriminado de palabras clave, contenido “escondido”, vínculos pagos para mejorar en el escalafón, vínculos de Spam, entre otros.

Existen compañías especializadas en la optimización de las búsquedas que ofrecen a las empresas o Webmasters que realizan el diseño de estrategias para mejorar el posicionamiento de los Sitios Web. Como se mencionó antes, no es una tarea sencilla, dado que los Motores de Búsqueda actualizan constantemente sus algoritmos y las estrategias deben por lo tanto ser cambiantes. Se cuenta incluso con diversas herramientas para supervisar el proceso y el posicionamiento de un determinado Sitio que los especialistas en SEO deben consultar con relativa frecuencia, algunas incluso gratuitas.

Por otra parte el posicionamiento orgánico de páginas Web a través del SEO es muy importante, por lo siguiente:

1. No se paga por cada click ni por cada visita a su página.
2. Los visitantes que provienen del posicionamiento orgánico son más numerosos que aquellos que llegan desde la publicidad contextual del buscador.
3. Con el posicionamiento de páginas Web el sitio, y el flujo del tráfico, no están sujetos a las variaciones de mercado que pueden modificarse el valor de click.

Finalmente, es productivo comprender que, estadísticamente, más del 80 % de los usuarios hacen click sobre el posicionamiento orgánico, mientras que el veinte 20% restantes elige el pago por click accediendo a páginas Web por medio de publicidad contextual o Banners. Pero el 80 % debe entenderse como un usuario no muy seguro de lo que busca.

Como se comentó anteriormente SEM, SEO no es más que un conjunto de técnicas que proporcionan a las páginas y sitios Web un mejor posicionamiento dentro de los diferentes buscadores.

En las técnicas SEO que ofrecen sus servicios a las empresas para asegurarles que sus nombres aparezcan en las primeras posiciones del buscadores, si bien esta práctica es interesante para las empresas, cuyo número de visitas a su sitio son cruciales, para los particulares no es necesario, existen técnicas SEO que ellos mismos pueden llevar a cabo

#### *5.7.2.1 Componentes*

El posicionamiento en buscadores se refiere a la tarea de diseñar la estructura del sitio y el contenido para atraer a los rastreadores de motores de búsqueda que determinan el rango de su sitio Web en las páginas de resultados de una búsqueda orgánica. SEO trabaja centrándose su contenido en determinadas palabras clave

relacionadas con su negocio o nicho que la gente busca, y la construcción de la estructura de su sitio en torno a la ruptura de esas palabras clave. Otro aspecto importante de la optimización de motores de búsqueda es la construcción de vínculo, que incluye la presentación de los enlaces entrantes al sitio a los directorios Web, foros y otros lugares en todo el Internet. Page Rank de Google utiliza el volumen de enlaces a su sitio para ayudar a determinar su importancia dentro de su nicho, por lo que esta es la clave para un buen marketing en buscadores.

#### 5.7.2.2 *Técnicas*

Algunas de las técnicas más interesantes e importantes son las siguientes:

- Enlaces que apunten a la página: Los buscadores tienen en cuenta lo que se llama el Page Ranking, y éste aumenta según el número de enlaces externos a las páginas y así la posibilidad de ser encontrada.
- Optimizar la URL: poner en la URL las palabras más importantes para la recuperación, aquellas que sean significativas para la búsqueda.
- Usar palabras clave en el título de la página: poner en el título de la página las palabras más importantes para la búsqueda.

- Usar nombres de archivo con palabras clave: si se suben archivos a la página Web, se recomienda poner nombres característicos y que sean propicios para los buenos resultados en la búsqueda.
- Redacción correcta del contenido del sitio: es especialmente importante cuidar la redacción del sitio, poniendo cuidado en posibles faltas ortográficas.
- Utilizar etiquetas meta: hay que elegir bien lo que se pone dentro de las etiquetas meta. Por ejemplo, elegir bien las palabras clave, poniendo varias "versiones" de la misma palabra, introduciendo los errores ortográficos más comunes.
- Usar guiones normales: en vez de usar guiones bajos "\_", usar guiones normales "-".
- Poner el mapa del sitio: poner un mapa del sitio, si es posible añadir un archivo XML en el que éste se especifique.
- Actualizaciones frecuentes: los buscadores tienen en cuenta las páginas que se actualizan más a menudo.
- Mantenerse interesado en el tráfico del sitio: hay que mantenerse al día de cuál es el tráfico que tiene el sitio Web, para poder modificar la página o las técnicas SEO en caso de que no se obtengan los resultados deseados.

### 5.7.3 Diferencia entre SEM y SEO

SEM es una combinación de tácticas de marketing digital. Incluye SEO (Search Engine Optimization) y PPC (Pay-Per-Click) la publicidad. Mientras SEO solo puede aumentar el tráfico Web, que lleva más tiempo debido a que es una estrategia ecológica a largo plazo. En contraste SEM, es a corto plazo. Además, el SEO es gratuito, mientras que SEM se paga la publicidad online

El SEO es una acción como hemos visto a largo plazo, es una carrera de fondo. Es aconsejable para proyectos duraderos, que van a tener una continuidad en el tiempo.

El SEM es una acción a corto plazo, un sprint. Es aconsejable cuando se quieren conseguir muy rápidamente resultados, para la promoción de productos o servicios muy estacionales, etc. Por ejemplo, ahora que está tan de moda el tema de la gripe A, supongamos que tenemos una empresa que vende mascarillas para la gripe A, lógicamente si no tenemos bien posicionada nuestra Web en los resultados orgánicos los anuncios patrocinados serían una buena opción para promocionar nuestra Web ya que tenemos el invierno encima que es cuando más demanda podría tener el producto y a nivel SEO es posible que fuera difícil conseguir resultados en un periodo tan corto de tiempo.

## 5.8 EMAIL- MARKETING

Email marketing es, como el nombre lo dice, el uso del email en las comunicaciones de marketing. Se utiliza con fines comerciales, mediante el envío de e-mails a clientes para mantenerlos informados sobre sus productos y/o servicios e iniciar un diálogo efectivo bidireccional.

En un sentido más amplio, el término cubre cualquier email que usted envía a un cliente o a un cliente potencial. En particular, el término es usado para referirse a:

- El envío de emails promocionales para tratar de adquirir nuevos clientes o para intentar persuadir a los clientes existentes para que compren de nuevo.
- El envío de e-mails diseñados para alentar la lealtad del cliente y mejorar la relación comercial.
- La colocación de los mensajes de

El e-mail marketing es una herramienta muy conocida ya que enviar e-mails es mucho más económico que la mayoría de las otras formas de comunicación, el e-mail le permite entregar su mensaje a la gente (no como un sitio Web, donde la gente tiene que ir a buscar su mensaje) y adicionalmente esta herramienta ha probado ser muy efectiva para aquellos que lo usan correctamente.

### *5.8.1 Los tres tipos principales del e-mail marketing*

Primero el e-mail directo: Consiste en enviar un mensaje promocional con la forma de un e-mail. Puede ser un anuncio de una oferta especial.

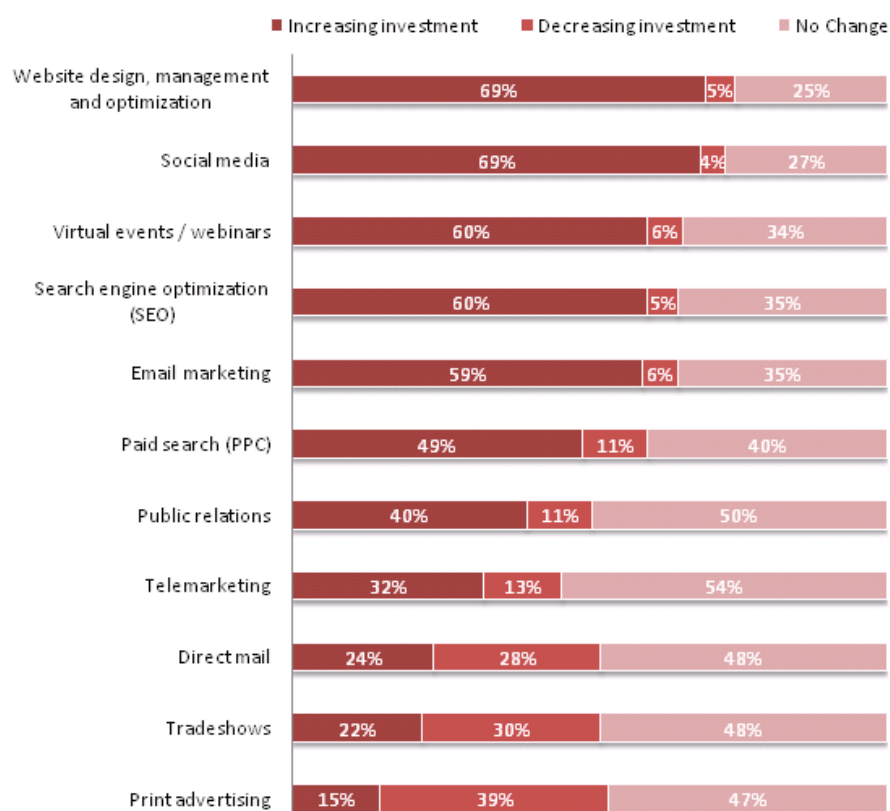
Así como usted puede tener una lista de domicilios postales de clientes o prospectos para enviar sus promociones, también usted puede construir una lista de direcciones de e-mail de prospectos y clientes.

Segundo el e-mail de retención: En lugar de un e-mail promocional diseñado solamente para alentar al destinatario a que haga algo (comprar, suscribirse, etc.), usted podría enviar e-mails de retención. Este tipo de comunicación suele tomar la forma de un e-mail regular conocido como "newsletter" que puede incluir mensajes promocionales o publicidad, pero su objetivo principal es producir un impacto de largo plazo en su relación con sus clientes.

Tercero la publicidad en los e-mails de otras personas: en vez de producir su propio newsletter, usted puede encontrar newsletters publicados por otras personas y pagarles para poner publicidad en los e-mails que ellos envían a sus suscriptores. En efecto, hay muchos newsletters por e-mail que se crearon con ese propósito: vender espacios publicitarios a otros.

Un estudio realizado por Sherpa reveló que más de un 20% de las personas marcan como Spam los mails si reciben muchos e-mails en general, un 30% si es de un mismo autor y 41% si el e-mail no era interesante para él.

#### ILUSTRACIÓN 15 TACTICAS EFECTIVAS DEL MARKETING



**Fuente:** Estudio reciente de Marketing Sherpa, tomado de la página de internet

<http://www.marketingsherpa.com/>

Si bien, los blogs y medios sociales están ganando porciones cada vez mayores el marketing por correo electrónico sigue siendo una importante y rentable solución para dirigir los esfuerzos de la generación y construcción de relaciones duraderas con clientes. Un correo electrónico de marketing diseñado por expertos puede iniciar la conversación de ventas con cables de valiosos y le ayudará a mantenerse en contacto con sus clientes más rentables.<sup>15</sup>

### *5.8.2 Permission Marketing- Marketing de permiso*

Godin, (1999, p 43) acuñó el término "marketing de permiso" el término que se basa en los consumidores que dan su consentimiento para recibir información de marketing. Permission marketing ofrece al consumidor la oportunidad de ser voluntario, la idea del consentimiento no es nuevo, el permiso del cliente se había introducido en el contexto de los problemas de privacidad en el marketing directo (Milne y Gordon, 1993).

La clave para el marketing de permiso es conocer los intereses de los clientes y conocer sus necesidades de información (Sterne y Priore, 2000).

---

<sup>15</sup> Marketing Sherpa 2010 B2B

El Marketing de Permiso mejora la focalización y la relevancia de los mensajes promocionales, lo que mejora la respuesta y las tasas de conversión. La interactividad de Internet facilita la comunicación de la autorización de los consumidores y sus preferencias.

Una encuesta realizada por IMT Strategies (1999) encontró que el permiso de correo electrónico tiene una tasa de respuesta más alta que el correo electrónico que no tiene permiso, más de la mitad de los entrevistados tenía una actitud positiva sobre la recepción de correo electrónico de permiso.

El éxito de marketing de permiso radica en la construcción de relaciones a largo plazo con los clientes una vez que la autorización inicial ha sido concedida. El intercambio de consentimiento, la confianza y la doble vía de la información así como en desarrollar la relación entre el consumidor y la empresa.

Krishnamurthy (2001) presenta un modelo en el interés de los consumidores en un programa de autorización de la comercialización y depende de cinco factores: la pertinencia de mensajes; beneficio monetario, los costos de entrada de información de carácter personal, los costos de procesamiento de mensajes, y los costos de privacidad.

Como consecuencia de la aparición del Spam, surge el concepto permission marketing, si usted es acusado de enviar spam, usted puede encontrarse con sus cuentas de e-mail cerradas, su sitio dado de baja y su reputación, por el piso. En algunas partes del mundo, usted incluso estaría violando la ley.

Más allá de estas consideraciones prácticas, hay otro fuerte argumento, las relaciones comerciales exitosas a largo plazo basadas en e-mail marketing solo pueden funcionar si están basadas en el permiso.

### *5.8.3 Modelo RFM (Compras Recientes, Frecuencia de compra y Monto de la compra)*

De acuerdo a un estudio de ForresterResearch realizado a 218 marketers, en el 2009, el éxito en e-mail Marketing lo miden básicamente por la tasa de Clicks y de Aperturas. Son buenas métricas para medir compromiso (interés) de sus clientes a sus piezas de e-mail, pero no miden el valor de sus clientes.

El modelo RFM mide eso, cuánto valen sus clientes, a través de la medición de la última vez que compraron (Recencia), cuántas veces compra (Frecuencia) y cuánto compra (Monto Monetario).

Con este modelo usted puede segmentar a sus clientes basados en el compromiso e intención de compra, generando comunicación más dirigida, por ende más eficaz.

#### 5.8.4 *Beneficios*

- Identificar a aquellos que están inactivos, para recuperarlos.
- Ver aquellos que necesitan un empujón para ser el cliente ideal.
- Premiar a aquellos que están sobre el promedio y generan un retorno interesante para la compañía.
- La Reputación Online se mantendrá ya que no existirá quejas de Spam por parte de sus destinatarios al generar mensajes bien dirigidos.
- Puede identificar quién está con la empresa, desde el punto de vista de valor monetario y de compromiso.

La premisa fundamental del análisis RFM (Compras Recientes, Frecuencia de compra y Monto de la compra) es que los Clientes que han comprado recientemente, que han invertido más y han hecho compras mayores, son más propensos a responder a una oferta determinada, que otros clientes que han comprado con menos frecuencia y en cantidades más pequeñas. Este modelo también puede ser

utilizado para establecer ofertas especiales de ‘bienvenida’ a nuevos clientes, estimulando a los compradores pequeños para que inviertan más en el negocio y así fomentar otras iniciativas de marketing.<sup>16</sup>

#### 5.8.5 *Cómo aplicar el modelo al e-mail marketing*<sup>17</sup>

Primero, ver este modelo como una buena forma de medir el valor y/o compromiso de sus clientes a través de las tres variables:

#### ILUSTRACIÓN 16 MODELO RFM

|            | COMPRAS RECIENTES                                | FRECUENCIA                                                                          | MONTO MONETARIO                                                                                                                    |
|------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| VALOR      | La última vez que compro o genero una conversión | Cantidad de veces que ha comprado o conversiones que ha generado                    | El monto de dinero que está gastando                                                                                               |
| COMPROMISO | La última vez que abrió o hizo click en un mail  | El número de veces que abrió o hizo click en un mail dentro de un periodo de tiempo | Total gastado por suscriptor en un periodo de tiempo determinado, el valor estimado por cliente u otro tipo de indicador de gasto. |

**Fuente:** Recency, Frequency and Monetary (RFM) Analysis” de Charlotte Mason de la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos

<sup>16</sup> **Recency, Frequency and Monetary (RFM) Analysis”** de Charlotte Mason de la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos

<sup>17</sup> <http://www.forrester.com> **Modelo RFM: Eficaz para Email Marketing**, Posted by Alejandro Duran on Mon, Jan 03, 2011

Una vez definido el cómo medir los datos, se recomienda agrupar en 5 segmentos (quintiles) la recencia, siendo el quintil 5 el 20% de mayor recencia, el segundo 4, el segundo y así sucesivamente.

#### ILUSTRACIÓN 17 PASO 1 MODELO RFM

|                                          |   |
|------------------------------------------|---|
| RECENCIA (Último Click 20% cada Quintil) | 5 |
|                                          | 4 |
|                                          | 3 |
|                                          | 2 |
|                                          | 1 |

**Fuente:** Recency, Frequency and Monetary (RFM) Analysis” de Charlotte Mason de la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos

Luego añadir en cada uno de los 5 quintiles (segmentos anteriormente descritos), un valor de 5, 4, 3, 2 o 1 basados en la frecuencia, siendo 5 el más frecuente y 1 el menos frecuente.

#### ILUSTRACIÓN 18 PASO 2 MODELO

|                                                    |     |     |     |     |     |
|----------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| RECENCIA (Último Click 20% cada Quintil)           | 5 1 | 5 2 | 5 3 | 5 4 | 5 5 |
|                                                    | 4 1 | 4 2 | 4 3 | 4 4 | 4 5 |
|                                                    | 3 1 | 3 2 | 3 3 | 3 4 | 3 5 |
|                                                    | 2 1 | 2 2 | 2 3 | 2 4 | 2 5 |
|                                                    | 1 1 | 1 2 | 1 3 | 1 4 | 1 5 |
| FRECUENCIA ( Cantidad de Clicks 20% cada Segmento) |     |     |     |     |     |

**Fuente:** Recency, Frequency and Monetary (RFM) Analysis” de Charlotte Mason de la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos

Finalmente, en los 25 segmentos ya creados por la recencia y frecuencia, dividirlos en 5 nuevamente basados en el Monto Monetario utilizando el mismo proceso anterior. Esto da un total de 125 segmentos.

Cada segmento queda entonces con 3 dígitos; uno para la referencia, otro para la frecuencia y el último para el monto. Del 111 al 555.

El 555 sería el segmento que posee el mayor valor o compromiso con su marca.

#### ILUSTRACIÓN 19 PASO 3 MODELO RFM

|                                                    |     |     |     |     |                                             |
|----------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|---------------------------------------------|
| RECENCIA (Ultimo Click 20% cada Quintil)           | 515 | 525 | 535 | 545 | 555                                         |
|                                                    | 514 | 524 | 534 | 544 | 554                                         |
|                                                    | 513 | 523 | 533 | 543 | 553                                         |
|                                                    | 512 | 522 | 532 | 542 | 552                                         |
|                                                    | 511 | 521 | 531 | 541 | 551                                         |
|                                                    | 415 | 425 | 435 | 445 | 455                                         |
|                                                    | 414 | 424 | 434 | 444 | 454                                         |
|                                                    | 413 | 423 | 433 | 443 | 453                                         |
|                                                    | 412 | 422 | 432 | 442 | 452                                         |
|                                                    | 411 | 421 | 431 | 441 | 451                                         |
|                                                    | 315 | 325 | 335 | 345 | 355                                         |
|                                                    | 314 | 324 | 334 | 344 | 354                                         |
|                                                    | 313 | 323 | 333 | 343 | 353                                         |
|                                                    | 312 | 322 | 332 | 342 | 352                                         |
|                                                    | 311 | 321 | 331 | 341 | 351                                         |
|                                                    | 215 | 225 | 235 | 245 | 255                                         |
|                                                    | 214 | 224 | 234 | 244 | 254                                         |
|                                                    | 213 | 223 | 233 | 243 | 253                                         |
|                                                    | 212 | 222 | 232 | 242 | 252                                         |
|                                                    | 211 | 221 | 231 | 241 | 251                                         |
|                                                    | 115 | 125 | 135 | 145 | 155                                         |
|                                                    | 114 | 124 | 134 | 144 | 154                                         |
|                                                    | 113 | 123 | 133 | 143 | 153                                         |
|                                                    | 112 | 122 | 132 | 142 | 152                                         |
|                                                    | 111 | 121 | 131 | 141 | 151                                         |
| FRECUENCIA ( Cantidad de Clicks 20% cada Segmento) |     |     |     |     | MONTO MONETARIO ( Gastado 20% cada Quintil) |

**Fuente:** Recency, Frequency and Monetary (RFM) Analysis” de Charlotte Mason de la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos

## Supuestos del Modelo

- Clientes que compran de forma reciente son más favorables a comprar que aquellos que no lo han hecho últimamente.
- Clientes que compran frecuentemente están más dispuestos a comprar nuevamente que aquellos que han hecho una o dos compras
- Clientes que gastan más, están más dispuestos a comprar nuevamente
- Los clientes más valiosos son aquellos que pueden llegar hacerlo aún más.

Utilizando la información del modelo, una vez identificado quién está y donde en el modelo, la idea es generar las campañas de acuerdo al grupo o segmento en que se encuentre.

A aquellos que se encuentren arriba en su nivel de compromiso (555) envíele e-mails con:

- Muestras de aprecio a través de campañas exclusivas.
- Descuentos especiales.
- Muestras de productos.
- Encuestas de satisfacción.

- Obtener testimoniales.
- Acciones que recompensen su lealtad.

A aquellos que se encuentran en la mitad (355), envíele e-mails que:

- Motiven subir.
- Descuentos atractivos (dependiendo de su posición en la tabla).
- Sorteos.
- Educarlos vía Documentos.

A aquellos que se encuentran en la mitad (155), envíele emails que:

- Reactivación de valor (Por qué usted es la mejor opción).
- Descuentos atractivos pero que amarren en el tiempo.
- Encuestas de satisfacción para identificar problemas.

#### 5.8.6 Mecanismos de Privacidad "Opt-in" y "Opt-out"

"Opt-in" y "opt-out" son dos tipos de mecanismos de privacidad que se han adaptado a la comercialización de correo electrónico.

##### 1.2.1.1. *Opt-In*

Cuando una empresa utiliza opt-in marketing, el consumidor debe dar a la empresa permiso para enviarle información sobre nuevos productos o ventas, o para compartir información del consumidor con otras compañías en una relación comercial

con la empresa en la que el consumidor tiene un acuerdo opt-in. En general, el consumidor debe hacer click en las cajas de sitios Web o enviar un e-mail a la empresa, o de sus filiales con el fin de autorizar a los consumidores por e-mail.

#### 1.2.1.2. *Opt-Out*

Cuando una empresa utiliza opt-out de comercialización, la política de privacidad de la empresa indica se presume que el consumidor desea información sobre las ventas o nuevos productos, y se enviará esa información a menos que el consumidor "opta fuera" de su recepción. Los consumidores también pueden tener la opción de optar por no permitir que una empresa comparta información del consumidor con compañías afiliadas o de terceros. Algunas empresas optan de forma muy simple, utilizando un click con el botón de la caja del sistema que otras empresas utilizan para la exclusión en los acuerdos, dejando sólo la configuración por defecto como "sí, usted me puede enviar la información"

Los grupos empresariales, en su mayor parte, tienden a preferir el enfoque opt-out porque es más fácil para capturar la información del consumidor

En resumen, una opt-in hace referencia a las personas que autorizan voluntariamente a una empresa para que utilice su dirección de correo electrónico y así puedan recibir información de su interés. Contrariamente, una opt-out hace referencia a los miembros de una lista de correo que no han dado su consentimiento a las empresas para estar en ellas.

#### *5.8.7 Errores comunes en e-mail Marketing*

Adams Hudson (2011) en su artículo para la revista Air Conditioning, Heating & Refrigeration News hace algunas recomendaciones basado en los más comunes errores en el uso de e-mail marketing, que pueden tomarse como punto de referencia para precisamente evitar cometerlos:

- a) Las personas tienden a abrir con más curiosidad aquellos mensajes enviados con el nombre de una persona como remitente, más que aquellos que traen el nombre de una empresa. El objetivo último es la promoción precisamente de una compañía o marca, pero ciertamente es más efectivo lograr que un individuo en últimas abra el mensaje a que lo envíe directamente a la papelera cuando a priori nota que se trata de un correo publicitario.
- b) Usualmente los consumidores son contactados por diferentes personas dentro de la compañía (vendedor, carter, servicio técnico). Es preferible que el

contacto sea siempre desde una única dirección o siempre a través de un vocero o punto de contacto. Se recomienda el uso de direcciones como `servicioalcliente@dominio.com`.

- c) El uso del nombre de la marca en el campo “Asunto” también puede ser considerado un error porque tiene el mismo efecto expuesto en el punto a). En resumen, el nombre de una compañía debería aparecer sólo en el contenido del mensaje, llevando al destinatario a sentirse atraído por abrirlo y ver de qué se trata.
- d) Un Asunto que no menciona el nombre de la marca no es fácil de lograr, y la redacción de esta frase es crítica para motivar al lector. El uso de frases como “Mira esto” o “Excelentes ideas para ti” pueden ser las claves de un rotundo fracaso. Hay quienes se especializan en la redacción de estos títulos y cuya altísima efectividad lleva a que su trabajo valga oro.
- e) El campo “Asunto” también debe mantenerse corto, idealmente inferior a 30 caracteres. Asuntos muy largos pueden ni siquiera ser leídos por los destinatarios.
- f) El formato del mensaje nuevamente gana importancia. Los niveles de efectividad de mensajes con gráficos pesados son bajos dadas las posibilidades de problemas en su apertura y visualización en ciertos dispositivos. Se prefiere un

híbrido de contenido HTML (texto y gráficos livianos) que logren impacto pero a la vez sean fáciles de leer.

- g) En ocasiones se usan hipervínculos muy largos que requieren saltos de línea y que con frecuencia son malinterpretados por los programas o aplicaciones al cliente. La recomendación es utilizar vínculos cortos y con un título llamativo para lograr el esperado click.
- h) No incluir el prefijo http:// en los hipervínculos ya que puede llevar a que ciertos sistemas no los identifiquen como vínculos y por lo tanto evitando que cumplan esta función. Siempre debe mantenerse el URL completo para cada vínculo.
- i) Contenido. El correo electrónico debe ser corto pero rico en contenido, invitando a consultar más información en otras ubicaciones, pues si es demasiado extenso tiene tendencia a no ser tomado en cuenta.

#### *5.8.8 Recomendaciones*

Algunas recomendaciones adicionales que propone un autor anónimo sobre el mercadeo a través de correo electrónico, a saber son: (Timing is everything with direct e-mail marketing., 2010):

- Evitar el uso de palabras como “gratis”, “\$\$\$”, “Descuento”. La mayoría de filtros anti-spam enviarán estos mensajes directamente a la papelera.
- Personalizar los mensajes, usando por ejemplo el nombre propio del destinatario, lleva a mayor efectividad.
- Mensajes enviados entre los días Martes y Miércoles tienen mayores tasas de lectura, según estudios.
- Tiempo. Los mensajes deben enviarse cuando el destinatario los esté esperando y no necesariamente cuando el anunciante lo necesite. Por ejemplo, una compañía de turismo tendrá más éxito al enviar mensajes en temporada de vacaciones que en otros momentos del año. Algunos productos pueden incluso requerir frecuencias diarias de envío, siempre que no se llegue al punto de “aburrir” a la audiencia.
- Permitir una fácil cancelación de la suscripción al servicio de mensajes, idealmente con un único click. Sólo el 22% de los profesionales se toma la molestia de cancelar las suscripciones y prefiere simplemente eliminar los mensajes sin leerlos. Una fácil cancelación demuestra respeto por el usuario que a diario ve llena su Bandeja de Entrada con mensajes publicitarios.

### *5.8.9 Ventajas y desventajas de usar el marketing por correo electrónico en comparación con la publicidad por correo tradicional.*

#### *5.8.9.1 Ventajas*

La comercialización por Internet es muy popular entre las empresas por varias razones:

- Se puede hacer un seguimiento de la comercialización y se puede saber la efectividad de la búsqueda.
- Se puede llegar a un número considerable de suscriptores de correo electrónico que han optado en (es decir dan su consentimiento) recibir comunicaciones por correo electrónico sobre temas de interés para ellos.

#### 5.8.9.2 *Desventajas*

- Los servidores de correo electrónico legítimos en promedio rechazaron mensajes o los filtran automáticamente eliminando la posibilidad de que el público objetivo reciba el mensaje.
- Debe cerciorar el uso de un programa de marketing por correo electrónico y debe asegurarse de que el programa no viola las leyes de spam.

## 5.9 Marketing de Afiliación

El marketing de afiliación consiste en un canal de publicidad y ventas *on-line* en el que los anunciantes (comerciantes *on-line* que venden productos o servicios) pagan a los publishers (compañías independientes que promocionan los productos o servicios de un anunciante en su sitio Web) sólo por los resultados, por cada visitante que realiza una compra o rellena un formulario, y no simplemente por llegar a un público objetivo.

Este modelo de "pago por resultados" constituye, en esencia, la versión moderna del modelo de "comisión de intermediario" (finders-fee), en el que las personas o compañías que captan nuevos clientes a través de un programa reciben una remuneración por ello. En el caso del marketing de afiliación, la diferencia consiste en que los anunciantes sólo pagan a los publishers cuando la captación de nuevos clientes se produce como resultado de una venta o el acceso de un cliente potencial, esto lo convierte en un entorno de bajo riesgo y alto beneficio para ambas partes.

Hay tres agentes que actúan en el marketing de afiliación:

- Anunciante: Empresa que quiere promocionar su marca/producto/servicio en plataformas de afiliación a través de banners u otras aplicaciones, previo acuerdo de resultados por click, lead y/o venta.

- Soporte: También llamados “Afiliados” son Webs que se apuntan a un programa de afiliación ofreciendo su página Web para poner publicidad y desviar tráfico desde su página Web a la de los anunciantes.

Los soportes pueden ser cualquier página Web, blog, comunidad de usuarios, foro o Webs de comercio electrónico. Siempre a cambio de un pago acordado.

- Red de Afiliación: Empresa comisionista que actúa como intermediario entre los soportes y los anunciantes. Esta red permite a los soportes encontrar campañas de publicidad y a los anunciantes llegar a su público objetivo.

#### *5.9.1 Funcionamiento Marketing de afiliación*

Los anunciantes insertan sus vínculos publicitarios en la plataforma, para que estén a disposición de los publishers para su colocación. Cada vínculo tiene asignada una comisión, por ejemplo, una cantidad fija por cada cliente potencial o un porcentaje de la venta resultante en el sitio Web del anunciante. Los publishers que buscan rentabilizar sus páginas Web solicitan participar en el programa de un anunciante. Una vez aceptados, estos seleccionan y colocan los vínculos del anunciante en sus sitios Web, en sus campañas por correo electrónico o en buscadores.

Cuando un usuario está navegando en Internet y hace click en el vínculo de un anunciante, se inserta una cookie en su explorador que identifica al anunciante, al publisher, el vínculo específico y la comisión asociada. Cuando el visitante realiza una compra real on-line o rellena un formulario, Commission Junction hace un seguimiento de esa operación y la registra. Una vez registrada la operación, Commission Junction se encarga de toda la recaudación y el procesamiento necesarios para garantizar el pago justo y puntual de la comisión al publisher, así como de toda la administración y comprobación necesarias para garantizar ventas y clientes potenciales de calidad para el anunciante.

En resumen el Marketing de Afiliación permite a los anunciantes promocionarse en sitios Webs afiliados que reciben una cantidad económica en función de los clicks, registros y/o ventas generadas para el anunciante.

Así, el Marketing de Afiliación resulta muy útil para captar nuevos clientes o aumentar las ventas de determinados productos o servicios, sobre todo por sus bajos costos.

### 5.9.2 Tipos de Afiliados<sup>18</sup>

#### TIPO 1: Sitios de contenido nicho e interés personal

Afiliados que manejan los sitios Web dirigidos a un cierto nicho o mercado online, los sitios Web afiliados de esta categoría incluyen a los que ofrecen información de pasatiempos o determinados temas promocionales, sitios de juegos, loterías, retail, turismo y viajes.

Los afiliados pueden enviar newsletters, lo que les permite empujar usuarios relevantes hacia los comerciantes, en vez de solamente promocionar la oferta del anunciante en su página, esto aumenta la cantidad de clientes que completa una acción.

#### TIPO 2: Sitios de fidelización y premios (Loyalty & Reward Web sites)

Estos construyen una base de usuarios leal a través de la promoción de anunciantes a sus usuarios y luego compartiendo sus ganancias con ellos. Los sitios comparten sus ganancias con los usuarios ofreciendo dinero en efectivo o puntos que el usuario acumula con el fin de canjearlos por compras en línea u otro premio.

---

<sup>18</sup>Guía de Affiliate Marketing de IAB, DAN REDFEARN.

### TIPO 3: Afiliados de PPC y búsquedas (search)

Los afiliados de pay per click y búsquedas, ofertan palabras y frases en los motores de búsqueda para ayudar a dirigir tráfico al sitio Web del anunciante, mediante el uso de los enlaces de los patrocinadores en portales como Google, Yahoo, MSN y Miva. Los afiliados ahora pueden utilizar términos de marca y mejorar el posicionamiento natural de anunciantes en los buscadores. Esto no es más que la optimización de SEO.

### TIPO 4: Afiliados de e-mail marketing

Los afiliados envían campañas por correo electrónico a sus usuarios. Existen empresas que se especializan en Affiliate marketing y que tienen amplias bases de contactos que le permiten a su anunciante apuntar a nichos específicos dentro de su mercado objetivo.

#### TIPO 5: Afiliados de registro compartido

Es una forma bastante novedosa de affiliate marketing y permite a los usuarios que se registren en un sitio Web optar por recibir ofertas de terceros (anunciantes) cuando se registran en la página de algún afiliado que trabaje bajo esta modalidad, pero solo con la plena aprobación del usuario.

#### TIPO 6: Affiliate Networks

Se establece a sí misma como un nivel superior al exponer ofertas de anunciantes a sus propias redes de afiliados, al tiempo que proporcionan la gestión de cuentas y la asistencia cuando sea necesario. Estas redes son capaces de la comercialización de email, registro compartido, PPC y Banners para que se ejecuten en los sitios Web de sus afiliados.

### *5.9.3 Beneficios para los anunciantes del marketing de afiliación*

El anunciante normalmente es quien recibe las solicitudes de afiliación de quienes están interesados en publicar sus anuncios, por lo tanto su accionar es pasivo y en mucho depende del posicionamiento general de la marca o el sitio. Por esto mismo es el anunciante quien decide aceptar o no las solicitudes de afiliación.

Por otra parte, el beneficio más destacado es el pago por la publicidad sólo si se producen resultados. En general, la tarea de promoción es hecha por los afiliados quienes son los encargados de generar tráfico a sus Sitios (con estrategias como SEO, por ejemplo). Por lo tanto, el esfuerzo y los recursos de esta promoción son aportados por los afiliados, pero directamente proporcionando beneficios para el anunciante. En otras palabras, los afiliados pueden llegar a considerarse la “fuerza de ventas virtual” de las compañías anunciantes.

### *5.9.4 Beneficios para los afiliados del marketing de afiliación*

Aunque los afiliados son quienes hacen el mayor esfuerzo en este caso, el establecimiento de afiliaciones de relevancia estratégica puede representar para los propietarios de los sitios Web un excelente medio de ingresos. La clave del éxito está en mantener en sus sitios contenidos de interés, con actualización constante y

enfocada a las necesidades del mercado, que permitan mantener un público constante y creciente.

En general, los afiliados buscan aliarse con anunciantes que cuenten con una plataforma tecnológica que permita efectividad en las visitas, ofreciendo convertir el tráfico a ellas enviado por los afiliados en ventas, registros, suscripciones, descargas, etc. Así, entre más *acciones* resulten de las visitas, más dinero pueden los afiliados ganar.

#### *5.9.5 Marketing de Afiliación y AdSense*

Por su definición genérica la herramienta de Google AdSense comparte en gran medida las mismas características que el modelo de Marketing de Afiliación. La diferencia radica en que los sitios Web suscritos a AdSense reciben de Google anuncios que el sistema decide entregar (según sus políticas de relevancia y contenido) y no hay control sobre quienes finalmente resultan publicitando. En ocasiones incluso puede tratarse precisamente de la competencia.

El Marketing de Afiliación permite a los dueños de los Sitios Web de alguna forma decidir cuáles serán las compañías que promocionarán y que les representarán

beneficios. También permite definir diferentes tipos de pagos según las acciones, incluso pagos por venta, lo que puede representar para los afiliados mayores ingresos pues las comisiones tienden a ser mayores, beneficiando igualmente a los anunciantes pues los afiliados se preocuparán con mayor ahínco por traer tráfico efectivo a su Sitio.

AdSense requiere menos esfuerzo por parte del afiliado, pero sus retornos son considerablemente menores ya que únicamente se maneja el Pago por Click, para lo cual se negocian comisiones muy bajas. Para los anunciantes de cierto perfil puede representar una ventaja porque los pagos son bajos, su publicidad está siendo mostrada, pero hay también menos control.

Cualquiera sea el caso, siempre se debe buscar un equilibrio entre los beneficios para el anunciante y para el afiliado. Si un anunciante recibe tráfico considerable y esto le genera buenas ventas, pero paga comisiones bajas al afiliado la relación comercial no es sana y finalmente termina. Si por el contrario se pagan comisiones muy altas el anunciante puede poner en riesgo su rentabilidad, llevando igualmente a un colapso. Las Redes de Afiliación de alguna forma regulan estas prácticas.

### 5.9.6 *Perspectiva del anunciante*

Encontrar afiliados que atraigan tráfico al Sitio Web del anunciante es el objetivo primordial del Marketing de Afiliación. Las Redes anteriormente descritas se encargan en muchos casos de reclutar afiliados con base en los contenidos de sus páginas, su posicionamiento en Motores de Búsqueda y otras variables.

La calidad de la página Web del anunciante en cuanto a su funcionalidad, navegabilidad, servicios y demás características hacen que los prospectos tomen la decisión de afiliarse y de mantener enfocados sus esfuerzos. También se debe contar con una estrategia de promoción mixta, que incluya medios tradicionales como prensa, televisión, etc. Esto acrecienta la demanda de los consumidores y refuerza la exposición de la marca. De hecho, en las estrategias de posicionamiento de los afiliados pueden usarse los nombres de marcas reconocidas para mejorar la visibilidad de los sitios y aumentar el tráfico.

Es una buena práctica mantener informados a los afiliados sobre los cambios en las campañas de publicidad o incluso hacerlos partícipes de las discusiones sobre estas campañas antes de su lanzamiento. Esto hará que los Sitios de los afiliados estén preparados para los cambios, actualizando su contenido o rediseñando sus páginas, además del establecimiento de alianzas sólidas por la motivación que de estas prácticas resulta.

Dado el enfoque en resultados (ventas) que inicialmente se asoció al Marketing de Afiliación, el Branding o Exposición de Marca se mantuvo en segundo plano. Pero esta realidad está cambiando, los anunciantes están notando que con estos métodos se puede tener un resultado diferente a la venta inmediata y aún pueden ser utilizados para influenciar decisiones de compra posteriores, incluso fuera de Internet. Puede ser el caso de productos cuyas características no se presten para ser comercializados de forma electrónica, pero que igualmente se quiere que tengan recordación en la audiencia. Aquí entra el concepto de *Pay per Lead* (PPL) o *Cost per Lead* (CPL) por el que se paga cada vez que se atrae un cliente potencial que tendrá la oportunidad de hacer una compra. Algunos sitios no son propiamente transaccionales pero usan el Marketing de Afiliación como una herramienta válida para lograr la exposición de su marca.

El modelo de Marketing de Afiliación está sustentado en la transparencia y la confianza. Tanto los afiliados como los anunciantes necesitan tener claridad de por qué están siendo remunerados o por qué están pagando, según el caso. Por lo tanto se debe permitir implementar códigos de rastreo no sólo en el sitio Web del anunciante sino también en los anuncios mismos que se entreguen a los afiliados. Esto se realiza por medio de *cookies* específicas post-click o post-view con las que se identifica con claridad la procedencia del tráfico hacia el sitio Web del anunciante.

### 5.10 Social Media

Es el acto de creación y publicación de contenidos en todos y cada uno de los entornos, tal como: online, mobile, virtual o cualquiera como pueda ser llamado.

El concepto clave detrás de social media es compartir con las personas que se identifican como amigos o seguidores, como en un círculo interno (el cual puede ser bastante grande) en donde se ha decidido qué contenido o información se comparte socialmente.

Social media consiste en extender la personalidad dentro de un escenario donde se observa a otros que han optado la decisión de prestar atención. Social media es un medio, como las impresoras, la radio, la televisión, etc., un medio de comunicación en donde se puede compartir con muchas personas de manera escalable. Una de las mayores diferencias entre social media y otros canales de comunicación es que en el canal social media más personas están creando contenidos continuamente.

En efecto, la idea del generador y usuario de contenidos es uno de los valores agregados de social media. No significa que se trate de un editor, o de una gran

compañía de medios o de productos, en este modelo (especialmente en el periodismo) el único fin ya no es solamente el consumo de información.

Otra forma de definir social media es pensar acerca de qué no es, social media, no se trata de extender compañías de marketing dentro de nuevos canales, es como nosotros comunicamos con el mundo alrededor de nosotros.

Social media remueve las barreras de comunicaciones existentes históricamente, una persona ahora puede no solamente hablar sino que también puede tener conversaciones con miles de personas en todo el mundo.

Muchas de las plataformas que nosotros llamamos social media (facebook, twitter, etc.,) son unos de los medios para remover las barreras para conectar la sociedad, que emplean una interfaz simple y fácil y en donde no necesita ningún programa o conocimiento en particular para aprovechar, así que cuando se está tratando de entender los medios sociales, se pueda tener el concepto de una participación social completa eliminando los obstáculos.

Ahora cuando definimos los medios sociales desde la perspectiva de marketing, esta da posibilidades de estar más cerca del consumidor que antes, es una

revolución en donde se tienen que remover las pasadas estrategias de marketing y convertirlas en estrategias de comunicación a través del marketing ingresando a un modelo mundial de comunicación persona a persona en donde el sistema se tiene que hacer más individual y de forma más creíble.

Desde el punto de vista de herramientas, es cualquier aplicación que permita conectar con otras personas. Conectar, por supuesto, de forma voluntaria. Todo bajo unas reglas pactadas y conocidas de antemano o que se van creando y modificando a medida que va creciendo la red.

La mayor parte de estas redes se basan en la teoría de los 6 grados de separación, mediante la cual uniando varias redes de contactos de diferentes personas se pueden encontrar puntos comunes y así se puede llegar a contactar con un total desconocido en, como máximo 6 pasos.

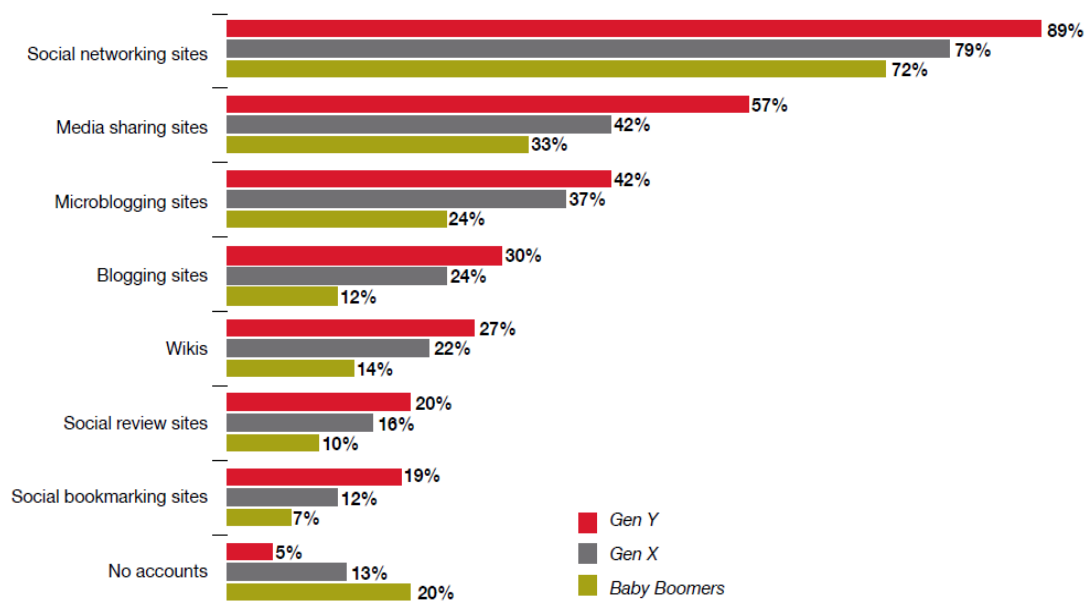
Social Media es la interacción con los demás con una expectativa de recibir algo a cambio incluso si ese "Algo" es intangible, como un sentimiento de conexión o el afecto, para las empresas es un reto y necesitan entender la dinámica del crecimiento de consumo y la actividad en las redes sociales.

Las redes sociales sirven también como canal por el que los clientes pueden expresar sus dudas, quejas o sugerencias y las empresas informarles de las noticias

relacionadas con su empresa. Es un canal de respuesta casi instantánea que implica integridad y lealtad a la marca. La respuesta instantánea y ofrecer un buen trato al cliente facilitará la creación de una buena relación entre empresa y cliente.

#### ILUSTRACIÓN 20 PERCENTAGE OF CONSUMERS WITH ACCOUNTS ON SOCIAL SITES

Percentage of consumers with accounts on social sites



Notes: 1) Sample size N=1056. 2) Generation Y: People born between 1975 and 1992 (18 to 35 year olds); Generation X: People born between 1965 and 1974 (36 to 45 year olds); Baby Boomers: People born in or before 1964 (46 years olds and older).  
Source: IBM Institute for Business Value analysis. CRM Study 2011.

**Fuente:** <http://www.flickr.com/photos/haylesyable/5881921159/>

Como se observa en la gráfica la generación “Y” es el líder seguido de la generación “X”, particularmente en los sitios de redes sociales como Facebook, LinkedIn, YouTube etc.

A continuación en la ilustración 21 están algunos ejemplos de la Web 2.0, que son las comunidades

ILUSTRACIÓN 21 COMUNIDADES WEB



<http://socialmediava.wordpress.com/2009/09/18/social-media-overload/>

#### 5.10.1 Foros

También conocidos como foros de mensajes, opinión o discusión y son una aplicación Web que le da soporte a discusiones u opiniones en línea. Permite que el administrador del sitio defina varios foros sobre una sola plataforma. Éstos funcionarán como contenedores de las discusiones que empezarán los usuarios; otros usuarios pueden responder en las discusiones ya comenzadas o empezar unas nuevas según lo crean *conveniente*.

### *5.10.2 Wikis*

Es un sitio Web colaborativo que puede ser editado por varios usuarios. Los usuarios de una wiki pueden así crear, editar, borrar o modificar el contenido de una página Web, de forma interactiva, fácil y rápida; dichas facilidades hacen de la wiki una herramienta efectiva para la escritura colaborativa

### *5.10.3 Blogs*

Es un sitio Web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. En cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo.

Las empresas, muy conscientes de este fenómeno global se han involucrado. Casi el 70 por ciento de los ejecutivos dicen que sus empresas serían percibidas como "fuera de contacto" si no se involucran en estas redes y más de la mitad creen

que su competencia está llegando con éxito a los clientes a través de los medios sociales.<sup>19</sup>

Los medios sociales ofrecen entornos de marketing interactivo de comunicación con las oportunidades para mejorar las relaciones con los consumidores. A pesar de que las redes sociales han sido reconocidas como un medio de alcance en la práctica empresarial, aún falta comprensión en el tema, como perciben los mensajes de marketing en estos medios sociales.

#### *5.11 Las Redes Sociales*

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos:

- Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado.
- Articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión.
- Ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. Desde la aparición del primer sitio reconocido de red social en 1997, denominado SixDegrees.com hasta la apertura de Facebook (everyone) en el 2006.

---

<sup>19</sup> IBM Institute for Business Value, From social media to Social

Las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas, relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas, como por ejemplo, juegos en línea, chats, foros, spaces, etc.

([http://es.wikipedia.org/wiki/Redes\\_sociales](http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_sociales)).

Según Bartolomé (2008), las redes sociales reflejan lo que en otros tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado así como el motivo aglutinador: desde el sexo a la afición por los viajes, las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras. La Web 2.0 aporta la capacidad de crear redes sociales uniendo a individuos lejanos físicamente y en gran número. Esto quiere decir que frente al tradicional criterio de poder de una red social, basada en el poder de los individuos, ahora aparece otro ligado al número de individuos. La importancia del análisis de las redes sociales posiblemente sea uno de los aspectos clave en los que Internet ha cambiado los mecanismos de poder.

Un punto importante a tenerse en cuenta en las redes sociales es el término “efectos de red” que hace referencia al valor de una red con respecto al crecimiento de sus usuarios. La Ley de Metcalfe (<http://wwwec.njit.edu/~robertso/infosci/metcalf.html>) afirma que el valor de la red es proporcional al cuadrado del número de usuarios, aunque existen algunos estudios que indicarían que esta ley no sería del todo correcta (<http://spectrum.ieee.org/print/4109>).

Se conoce como “efecto de red” al tipo particular de externalidad que se produce cuando cada nuevo usuario añade valor a un producto por el hecho de unirse a la comunidad de usuarios.

#### *5.11.1 Clasificación de Redes Sociales*

Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real. Las redes sociales no son otra cosa que máquinas sociales diseñadas para fabricar situaciones, relaciones y conflictos. Usaremos la siguiente clasificación (Burgueño, 2009):

Redes sociales horizontales: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Twitter, Orkut, Identi.ca.

Redes sociales verticales: Están concebidas sobre la base de un eje temático agregado. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:

- A. Redes sociales verticales profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.
- B. Redes sociales verticales de ocio: Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, MinubeDogster, Last.FM y Moterus.
- C. Redes sociales verticales mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita, 11870.

Redes sociales humanas: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de

sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos: Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.

Redes sociales de contenidos: Las relaciones se desarrolla uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Ejemplos: Scribd, Flickr, Bebo, Friendster.

Redes sociales de inertes: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance<sup>20</sup>, red social para crear un tributo personalizado a las personas que han fallecido.

Redes sociales sedentarias: Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplo: Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.

Redes sociales nómadas: A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la

---

<sup>20</sup> <http://es.respectance.com/>.

localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Scout.

Por su plataforma -Red social MMORPG y metaversos: Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (WOW, SecondLife, Lineage).

Red social Web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de Web. Algunos ejemplos representativos son MySpace, Friendfeed y Hi5

Aunque desde el comienzo de las Redes Sociales en Internet han sido muchas las que han surgido y también muchas las que han ido desapareciendo, actualmente existen algunas de mucho éxito y que son las que la gente prefiere o con las que más se identifica. Las principales Redes Sociales y más conocidas durante el año 2011, han sido, por orden de importancia, las siguientes:

- YouTube: Permite subir videos donde compartir ideas y conocimientos.

- Facebook: Es la red social posiblemente con más usuarios. Abierto a cualquier persona donde se puede participar en varias redes sociales al mismo tiempo según el perfil de cada uno.
- Twitter: Permite a los usuarios enviar y recibir mensajes de 140 caracteres denominados Tweets.
- Yahoo Respuestas: Servicio gratuito en el que los usuarios pueden plantar preguntas o contestarlas.
- Hi5: Red social con millones de usuarios, la mayoría en América Latina.
- MySpace: Red social formado por usuarios de un mismo perfil donde compartir música, fotos, videos y actuar de blog.
- Menéame: Red social donde sus usuarios envían relatos e historias que los demás pueden votar.
- MetroFLOG: Red social de blogs fotográficos.
- Badoo: Tiene un sistema de búsqueda de usuarios donde la finalidad es encontrar pareja o amigos.
- Orkut: Formada por comunidades de personas que comparten los mismos intereses.

Para aquellos cuyo interés sea meramente profesional, existen otras redes sociales como LinkedIn, que permite a sus usuarios compartir información laboral y empresarial, mantener relaciones en grupos con objetivos comunes y estar al corriente de ofertas y demandas de trabajo.

### 5.11.2 Ventajas de los Medios Sociales

- ✓ Permiten a la organización cronológica de los pensamientos, ideas, etc. Esto significa una mayor permanencia que los correos electrónicos.
- ✓ Las redes sociales pueden reunir personas de ideas afines en torno a intereses compartidos con poca fuerza externa.
- ✓ El bookmarking social significa que grupos enteros pueden aprender de los nuevos artículos, herramientas y otras propiedades Web, en lugar de dejarlos en una sola máquina, un navegador.
- ✓ Los blogs y las plataformas sociales incentivan las conversaciones, el intercambio, la creación.
- ✓ El software social promueven el intercambio de información.
- ✓ Las redes sociales están llenas de información de la prospección y generación de oportunidades de ventas y marketing.
- ✓ Las redes sociales contribuyen a entender la mentalidad del consumidor
- ✓ Oportunidades para encontrar nuevos visitantes, clientes y empleados.
- ✓ Las redes sociales contienen gran cantidad de información acerca de sus futuros contratos, clientes, competidores, etc.
- ✓ Los blogs permiten que el mundo conozca procesos de pensamiento y modos de pensar.

### 5.11.3 Publicidad en las redes sociales

- Uso de Multimedia

El término "Una imagen vale más que mil palabras" nunca ha sido tan cierto. Los consumidores están usando la Web para buscar imágenes de los productos y videos, quieren más información y quieren ver lo que están considerando comprar. La b

Mostrando instrucciones paso a paso al elaborar un video, se puede tener un impacto mayor incluso que un artículo bien escrito. Las empresas no tienen que invertir grandes sumas de dinero para crear buenos videos.

WorldMusicSupply.com, un minorista en línea de instrumentos musicales y accesorios, ha utilizado YouTube para construir una fuerte comunidad en línea. Su canal ha construido más de 7.000 suscriptores y tiene más de 260.000 visitas.

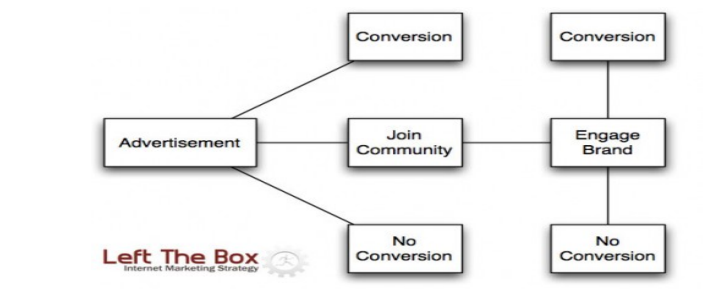
- Integrar la publicidad *offline* y *online*

Muchas empresas pequeñas hacen algún tipo de publicidad fuera de línea, ya sea radio, prensa escrita, o por cable. El marketing social permite a una empresa ampliar su argumento de venta en línea.

Incluyendo la página de Facebook o el URL del blog en los anuncios fuera de línea, estos actúan como prueba social, invitando a los consumidores potenciales a ver la comunidad de la empresa y aumentar la confianza en el negocio. No sólo se puede integrar la publicidad *online* y *offline* al proceso de conversión, sino que también puede ayudar a construir comunidad. Introducción a los consumidores potenciales a los perfiles sociales significa que pueden participar en una comunidad ahora y comprar más tarde.

En la Ilustración 22 se observa el proceso:

#### ILUSTRACIÓN 22 ADVERTISEMENT



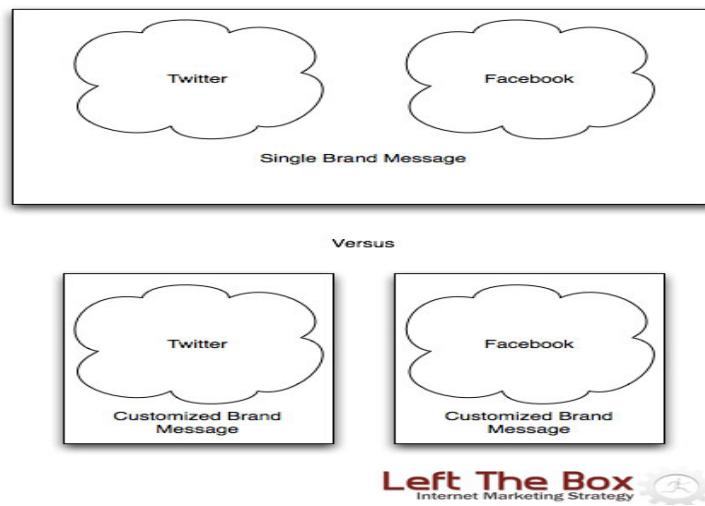
Fuente: <http://www.prweb.com/releases/left-the-box/social-media-training/prweb2961024.htm>

- Adaptación del mensaje

Dado que las empresas empiezan a ser más sofisticadas, con los medios sociales están empezando a aprovechar las plataformas en línea. Sin embargo, la mayoría de ellas, entregan el mismo mensaje en múltiples plataformas de comunicación en lugar de diseño y mensajería individual para cada sitio.

Las plataformas sociales tienen cada uno un ecosistema propio que podría ser aceptable en Tumblr, pero podría ser considerado Spam en Facebook. Un estilo específico de la escritura podría extenderse en Twitter, pero no en FriendFeed. Cada sitio es diferente y la personalización de su mensaje asegura que hacen bien en cada sitio respectivo.

Una de las ventajas es la personalización de mensajes a través de los sitios que ayuda a la divulgación del mensaje, pero hay que tener precaución para que los usuarios no reciban múltiples comunicaciones idénticas. De este modo hay que asegurarse de aprovechar al máximo el potencial, mediante el envío de mensajes diferentes por cada canal, de este modo si un usuario sigue la empresa en Twitter y Facebook debe recibir dos mensajes diferentes.

**ILUSTRACIÓN 23 MESSAGE**

Fuente: <http://www.prweb.com/releases/left-the-box/social-media-training/prweb2961024.htm>

- Las redes sociales locales, más allá de Yelp

Para una pequeña empresa, la búsqueda local puede ser una gran victoria. Ser visible para los consumidores que buscan un negocio en su área es extremadamente importante. Aquí, es importante asegurarse de que el sitio esté incluido en directorios de empresas locales con el fin de ayudar a garantizar que los consumidores la encuentren cuando la necesitan.

En primer lugar, asegúrese de comprobar la existencia de competidores. ¿Dónde están en la lista?. Posteriormente se hace necesario revisar enlaces entrantes para verificar si hay directorios de negocios que se puedan agregar. También es importante asegurarse que la dirección física del negocio se ha añadido a Google Maps, con el Local Business Center.

- Concursos y Descuentos

La construcción de una comunidad es sólo la primera parte del marketing social. El uso de la comunidad para impulsar las ventas, propagar la comercialización, o las operaciones de crowdsourcing es el verdadero poder de los medios sociales. Una manera de excitar a la comunidad es hacer algo en conjunto para crear un concurso u ofrecer un descuento exclusivo (es decir, el concurso se puede crear una competencia entre los usuarios). Por ejemplo un concurso de generar interés ecológico, en donde los usuarios puedan publicar un artículo en el que consigan la mayoría de los comentarios con el fin de ganar, en términos de popularidad.

En una buena competencia los medios de comunicación social deben incluir algún tipo de intercambio o de viralidad como requisito para ampliar su target.

Los descuentos son también una gran manera de conectarse con su comunidad. Al dar cupones exclusivos para su comunidad, está premiando y recordando que no sólo son una marca que se compromete con, sino también para comprar.

Ejemplo: NetFirms.com

NetFirms.com decidió hacer más fácil el registro de un dominio al permitir que la gente lo haga a través de Twitter. Los que participaron o corrieron la voz por Twitter, ingresaron en un sorteo de premios.

#### ILUSTRACIÓN 24 EJEMPLO DE CONCURSOS Y DESCUENTOS

The screenshot displays the NetFirms.com homepage with a prominent contest banner. The banner is titled "Twitter Domain Contest by Netfirms" and features the text "register your domain via twitter" in a large, blue, bubbly font, with "Industry first" underneath. A red banner in the top right corner of the contest area says "Register a domain to WIN". Below the main text, a green button reads "Click here to enter and WIN! TWEET". To the left of this button is a video player with a play button and the text "Watch the Guided Tour" below it. To the right of the video player is a smartphone displaying the NetFirms website, with a red arrow pointing to it and the text "Win an iPod Touch". Further right is a laptop displaying the NetFirms website, with a red arrow pointing to it and the text "Win Macbook". At the bottom of the banner, it states "Contest will be running from September 9th to October 7th 2009." The top of the page shows the NetFirms logo, a search bar for domain names, and navigation links for Home, Web Hosting, Domain Names, E-Commerce, Enterprise, and a red "Signup Now" button.

Fuente: NetFirms.com



El Community Manager es la cara de la empresa en las redes sociales y es un pilar fundamental en cualquier estrategia que se quiera desarrollar en la Web 2.0, por eso no debe ser tomado a la ligera y sus funciones son igual o más importantes que los conocidos “relacionistas públicos” de las empresas, porque tienen un alcance potencialmente global.

Dentro de sus funciones encontramos (Santo, 2011):

- **Posicionamiento de la Empresa:** La empresa puede contar con una presencia en Internet, una página Web con cierta información, pero eso no significa que esté posicionada, hace falta una estrategia de comunicación encabezada por el Community Manager, manejando contenidos en las redes sociales que sumados a un buen SEO permiten posicionar el nombre de la empresa en Internet, apareciendo de manera más relevante en los resultados de los motores de búsqueda, en la divulgación viral en las redes sociales generando un “top of mind” en el segmento deseado, incluso en segmentos que no corresponden a los buscados por la empresa.
- **Conocer mejor al Cliente:** El Community Manager puede tener la misma o mayor interacción con los clientes, consumidores o simples espectadores de la marca, visitantes virtuales que pueden representar un cliente real, por esto es muy importante que su actividad se apoye en un plan de trabajo alineado con las estrategias de la empresa, además de colocar a buen recaudo toda la

información que recolecte de los visitantes virtuales, sin importar si son o no clientes.

- **Fidelización de Clientes:** No basta con conocer al cliente sino se le atrae y se le mantiene, es decir, se le fideliza; esto es otro paso fundamental que es desarrollado por el Community Manager, desarrollando actividades acorde con el objetivo de la empresa y que integren mediante interacciones a las personas seguidoras de la empresa en las diferentes redes sociales.
- **Administración del Cliente:** Las redes sociales pueden ser el medio de administración del cliente más rápido y peligroso. La gente cada día usa con mayor frecuencia la presencia de las empresas en redes sociales para realizar consultas, interponer quejas o hablar positivamente de estas, abriendo un campo que antes no se había contemplado, la administración del cliente en redes sociales; la inmediatez permite dar una respuesta ágil con un menor desgaste, sin embargo esta debe ser la adecuada para no causar una viralidad negativa.
- **Competencia:** Si una empresa tiene presencia en redes sociales, seguramente su competencia también, por eso en manos del Community Manager está el realizar un monitoreo constante de las actividades que realiza la competencia, y así como sigue las menciones realizadas de la propia empresa, debe estar pendiente de lo que se dice de la competencia, llegando a realizar un benchmarking tomando lo bueno de las acciones (Spendolini, 2005) que permitan mejorar las propias, llegando así en un determinado momento a

obtener información valiosa al momento de ajustar o replantear las estrategias de la empresa.

Teniendo todo esto en cuenta, y tal como lo dice (Santo, 2011): “Los community managers son esenciales en la gestión de la reputación *online* de las empresas y organizaciones. Es imprescindible que estén excepcionalmente bien formados dada la repercusión de su labor.”

### *5.12 Marketing Viral*

"El marketing viral puede ser entendido como la comunicación y el concepto de distribución que se basa en transmitir a los clientes productos digitales a través de correo electrónico a otros clientes potenciales en su esfera social y animar a estos contactos para transmitir también los productos." (Rosen 2005: 159)

El marketing viral es un fenómeno de marketing que facilita y anima a la gente a pasar por mensaje de marketing de forma voluntaria. Generalmente las promociones virales pueden tomar formas divertidas como videoclips, juegos interactivos en flash, imágenes e incluso mensajes de texto. El marketing viral representa una estrategia que alienta a los individuos a transmitir un mensaje de marketing a otros usuarios, creando un crecimiento exponencial en la exposición del mensaje junto con su

influencia. Al igual que los virus, esta estrategia de marketing aprovecha la rápida multiplicación para explotar el mensaje a millones de personas.

Dentro de las principales características del marketing viral, podemos encontrar:

- Regala productos o servicios: la mayoría de los programas de marketing viral regala productos o servicios valiosos (Canciones, información libre, versiones de prueba, membresías, etc.) para atraer la atención de los usuarios. Las empresas que usan el marketing viral saben que no pueden tener beneficios instantáneamente pero si puede generar una oleada de interés por parte de algo gratis, obteniendo beneficios en el futuro.
- Provee para la transferencia sin esfuerzo a los demás: los mensajes de una estrategia de marketing viral deben funcionar como los virus: “se transmiten solo cuando son fáciles de transmitir”. Así las cosas, el marketing viral funciona porque la comunicación instantánea es un medio de comunicación rápido, efectivo y barato. Ahora bien, desde el punto de vista del marketing, los mensajes que se quieren enviar deben ser cortos, contundentes y fáciles de comprender.
- Escala con facilidad: como el método tiene una velocidad importante, es vital que siempre exista gran control sobre la capacidad de crecimiento. Si no existe una estructura sólida de desarrollo, el modelo no podrá lograr el éxito, por el contrario puede conducir a la propia destrucción del negocio.

- Aprovecha las motivaciones y comportamientos comunes: planes inteligentes de marketing viral toman ventaja de las motivaciones humanas. La facultad de poder diseñar una estrategia de marketing que se basa en las motivaciones y en los comportamientos comunes para su transmisión convierte a los empresarios en ganadores reconocidos.
- Utiliza las redes de comunicación: Partiendo del hecho que la mayoría de las personas son sociales, el marketing viral basa sus operaciones en las relaciones que tienen las personas entre sí. Así las cosas y gracias a que los usuarios de Internet han desarrollado redes de relaciones, existe una gran probabilidad que los mensajes que se crean dentro de este tipo de lugares sean transmitidos con mucha frecuencia entre amigos íntimos, familiares y conocidos.
- Toma ventaja de los recursos de los demás: los planes de marketing viral deben ser muy creativos porque utilizan los recursos de los demás para crear estrategias comunicativas voz a voz. Los programas de afiliados, por ejemplo, colocan texto o enlaces gráficos en los sitios Web de otros, los autores que regalan artículos libres, buscan posicionar sus artículos en las páginas Web de otros. Básicamente, esta característica nos expone que las personas buscan agotar los recursos de los demás, antes que los propios.

### 5.13 *Web Analytics*

La analítica Web es la práctica de medir, recopilar, analizar e informar sobre los datos de Internet a los efectos de la comprensión de cómo un sitio Web es utilizado por su audiencia y cómo optimizar su uso (definición de la Web Analytics Association).

La analítica Web no se centra únicamente en la cantidad de tráfico que tiene un sitio Web que sólo podría ser útil en la evaluación del uso de ancho de banda y las capacidades del servidor. Esta herramienta también se centra en una profunda comparación de los datos disponibles de todos los visitantes, los datos de referencia y los patrones de navegación del sitio.

La analítica Web se utiliza frecuentemente como parte de análisis de los clientes (CRM). Este análisis puede incluir: la probabilidad de que un cliente vuelva a comprar un producto que había comprado en el pasado, la personalización del sitio a los clientes que lo visitan varias veces, el seguimiento del volumen en valores monetarios de las compras realizadas por clientes individuales o por grupos específicos de clientes, la observación de las regiones geográficas que tienen la mayor y la menor cantidad de clientes que realizan visitas al sitio y compran los productos, y el pronóstico de los productos con mayor y menor tendencia a ser

comprados en el futuro. El objetivo primordial de esta herramienta es promover los productos específicos a los clientes que tienen mayor probabilidad de volver a comprar y determina los nuevos productos que un cliente podría considerar. Esta simple tarea puede ayudar a mejorar la relación de ingresos con los gastos de comercialización.

Web Analytics es una herramienta clave para cualquier negocio en línea. Si se utiliza y se interpreta adecuadamente podría convertirse en la piedra angular de cualquier organización con presencia en línea. Además, representa un factor esencial para realizar una apropiada retroalimentación porque permite conocer si lo que se está haciendo, está realmente funcionando.

## 6. METODOLOGÍA

Para identificar la inclusión de herramientas de E-marketing en los planes de mercadeo de las empresas en Colombia, así como poder describir y detallar las aplicaciones y herramientas de E-marketing que deberían utilizarse en los Planes de Mercadeo y para conocer a los clientes y consumidores, se revisaron y seleccionaron fuentes secundarias de información sobre el contexto, las herramientas de E-marketing en el mundo, y sobre las alternativas ofertadas en Colombia.

La búsqueda se fundamentaba en establecer los elementos, conceptos y aplicaciones digitales que utilizan hoy en día las empresas colombianas y que de alguna manera complementan un plan de mercadeo tradicional.

Durante las primeras reuniones del grupo (conformado por estudiantes de especialización y docentes), se acordó que se debe partir de un informe base que busque establecer la definición, las ventajas y el grado de avance de las herramientas digitales que apoyan una estrategia de mercadeo global. Para efectos del mencionado caso, se discriminó el trabajo de acuerdo a los aspectos más relevantes que encontró el grupo. Así las cosas, el documento quedó conformado por los siguientes temas: e- mail marketing, publicidad on-line, social media, marketing de afiliación y posicionamiento en la web (SEO y SEM).

Después que el grupo adquirió las suficientes bases teóricas sobre el marketing digital, se convino que el siguiente paso era la recolección de información de fuentes primarias realizando algunas entrevistas en profundidad. Para eso se utilizó un cuestionario semi-estructurado que ayudaría a establecer las empresas que están utilizando herramientas de E-marketing en sus planes de mercadeo y los factores de éxito y restricciones que tiene este escenario en Colombia.

Se definieron como segmentos a trabajar las agencias de publicidad, agencias digitales y centrales de medios que hoy en día conocen y manejan los temas digitales y empresas que tienen incluido dentro de sus planes de mercadeo, una parte digital.

De acuerdo a lo anterior, el grupo llegó a la conclusión que se debería construir 4 cuestionarios semi-estructurados orientado cada uno a 4 perfiles de empresas diferentes. Según lo planeado, las entrevistas se hicieron en agencias de publicidad, agencias digitales y centrales de medios que hoy en día conocen y manejan los temas digitales, pero además se consultaron empresas que tienen incluido dentro de sus planes de mercadeo, una parte digital.

Las entrevistas en profundidad semi-estructuradas fueron realizadas a los Gerentes de Mercadeo o Ejecutivos de Cuentas de las empresas seleccionadas. Las

entrevistas a las empresas seleccionadas, se hicieron entre mayo y agosto del 2012. La entrevista se hizo previa cita y cada una tuvo una duración mínima de 45 minutos.

La información de la entrevista fue grabada (anexo grabaciones), después se transcribieron los resultados y finalmente se realizó el análisis.

Definición de la muestra:

Para realizar las entrevistas en profundidad se definió una muestra de 57 empresas distribuidas de la siguiente manera: 39 empresas, 11 agencias digitales, 5 agencias de publicidad y 2 centrales de medios.

Estas entrevistas fueron realizadas a los Gerentes o Directores de Mercadeo y debido a la complejidad de poder entrevistar estas personas y acceder a la información requerida en la investigación, se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico, escogiendo las empresas a conveniencia teniendo en cuenta los contactos de los investigadores.

Para seleccionar el número de empresas a entrevistar, se tuvo en cuenta el universo, es decir, la cantidad de empresas existentes en Bogotá según la clasificación de la Cámara de Comercio. Esta entidad define el tipo de empresas de la siguiente manera:

- Pequeñas empresas, las constituyen aquellas que poseen entre 11 y 50 trabajadores y sus activos totales suman entre 501 y menos de 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Medianas empresas, son aquellas en donde su planta de personal está entre 51 y 200 trabajadores y posee activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos legales vigentes.
- Grandes empresas, tienen más de 250 empleados y su producto abarca el mercado internacional.

La cantidad de empresas registradas ante la Cámara de Comercio de Bogotá para el 2010 fueron: 802 empresas pequeñas, 138 empresas medianas y 37 empresas grandes (Cámara de Comercio de Bogotá, 2011). El porcentaje que representa cada una es de 82%, 14% y 4% respectivamente.

De las empresas se seleccionaron un total de 39 empresas repartidas en:

| <b>Empresas</b> | <b>Total</b> | <b>%</b> |
|-----------------|--------------|----------|
| Grandes         | 8            | 20.5     |
| Medianas        | 16           | 41       |
| Pequeñas        | 15           | 38,5     |

Las empresas seleccionadas son las que están utilizando las herramientas digitales dentro de sus planes de mercadeo. Al hacer un sondeo de mercadeo inicial de encontró que las empresas pequeñas apenas están empezando a utilizar estas herramientas y algunas ni siquiera identifican el termino digital.

Para seleccionar las Agencias de Publicidad, las Agencias Digitales y las Centrales de Medios se tomó la información suministrada por ABC PUBLICITARIO(Septiembre 2012) donde se encuentran registradas: Agencias de Publicidad (287), Agencias Digitales (90) y Agencias de Medios (21).

De las Agencias de Publicidad se escogieron cinco(5), divididas en dos grandes, dos medianas y una pequeña, de las agencias digitales de investigaron 11 y centrales de medios 2.

Estos segmentos representaron el mayor problema para poder ser investigados, debido a la confidencialidad de la información y al temor que mantienen que se filtre a la competencia, lo que hizo muy difícil conseguir la citas para realizar las entrevistas.

Lista de empresas entrevistadas

| Agencias de publicidad | Agencias digitales | Centrales de medios | Empresas         |
|------------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| Agencias Grandes       |                    |                     | Empresas Grandes |

|                                 |                         |                                                       |                                |
|---------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Sancho/BBDO Worldwide inc. s.a. | Cainkade                | ENNOVA                                                | Bavaria                        |
| Leo Burnett Colombiana S.A.     | Blogosfera              | ARENA (central de medios de Bavaria Grupo Avast Media | Tigo                           |
| Agencias Medianas               | Get Link                |                                                       | Claro                          |
| Antequera & Asociados           | lab                     |                                                       | Ecopetrol                      |
| MarketinNova                    | Global Newsintelligence |                                                       | Seguros Bolivar                |
| Publicis Colombia               | Mass                    |                                                       | Saludcoop                      |
|                                 | Ennovva                 |                                                       | Deprisa                        |
|                                 | Ariadna                 |                                                       | Copa Airlines                  |
|                                 | Zav                     |                                                       | <b>Empresas medianas</b>       |
|                                 | Desarrolla Ltda         |                                                       | Banco Sudameris                |
|                                 | 7 interactivo           |                                                       | Aerolíneas Argentinas          |
|                                 |                         |                                                       | Aluminio Nacional S.A.         |
|                                 |                         |                                                       | Universidad Jorge Tadeo        |
|                                 |                         |                                                       | Refinancia                     |
|                                 |                         |                                                       | Universidad Piloto de Colombia |
|                                 |                         |                                                       | Universidad EAN                |
|                                 |                         |                                                       | Universidad del Rosario        |
|                                 |                         |                                                       | Marcali                        |
|                                 |                         |                                                       | Honda Colombia                 |
|                                 |                         |                                                       | Mario Hernández                |
|                                 |                         |                                                       | Glaxo Smmith Kline             |
|                                 |                         |                                                       | Gran Global                    |
|                                 |                         |                                                       | Mer Telecom                    |
|                                 |                         |                                                       | Oasis Wordl-Class Software     |
|                                 |                         |                                                       | Coopdisalud                    |
|                                 |                         |                                                       | <b>Empresas pequeñas</b>       |
|                                 |                         |                                                       | Embajada de Israel             |
|                                 |                         |                                                       | Cintel                         |

|  |  |  |                            |
|--|--|--|----------------------------|
|  |  |  | Soliteck                   |
|  |  |  | Gatos Gemelos Comunicación |
|  |  |  | FD Gravitas                |
|  |  |  | Deceval                    |
|  |  |  | Flybox                     |
|  |  |  | Raddar                     |
|  |  |  | Solutek Informática        |
|  |  |  | Novell                     |
|  |  |  | Agofer Ltda                |
|  |  |  | Alfan Empaques flexibles   |
|  |  |  | Alico Ltda.                |
|  |  |  | Moduart                    |
|  |  |  | Cooviden                   |

### Construcción de la herramienta

Para recolectar la información se construyeron 4 cuestionarios semi-estructurados una para cada perfil seleccionado. Todos los formatos utilizados para las entrevistas pasaron por una prueba piloto donde se hicieron a cada grupo seleccionado dos entrevistas en profundidad. Esto permitió afinar todas las preguntas, aumentar el nivel de entendimiento y controlar la duración de la misma.

Los cuestionarios que quedaron son:

Cuestionario empresas (Ver anexo 1)

Cuestionario agencias digitales (Ver anexo 2)

Cuestionario agencias de publicidad (Ver anexo 3)

Centrales de medios (Ver anexo 4)

Después de completar todas las entrevistas estimadas, los miembros del grupo iniciaron el análisis de la información para poder obtener conclusiones reales y soportadas. Es muy importante subrayar que las entrevistas fueron transcritas y grabadas en audio para poder realizar un análisis mucho mas detallado. Así mismo, todas las respuestas se ajustaron de acuerdo a los requerimientos de los entrevistados en donde manifestaron su interés por garantizar la seguridad de la información.

Dentro de los principales inconvenientes que se encontraron en las entrevistas podemos encontrar:

- En general, las respuestas de las agencias de publicidad, las agencias digitales y las centrales de medios resultaron ser muy generales. De hecho, todas las agencias coinciden en que las estrategias digitales varían dependiendo de lo que el cliente quiera, lo que impide evidenciar situaciones específicas en común.
- El tiempo representó una dificultad muy evidente dentro de las entrevistas. Muchos gerentes de empresas se negaron a conceder los encuentros atribuyendo una falta del mismo para dicha actividad.

- Las citas solo se pudieron concretar gracias a las relaciones interpersonales que tenían los entrevistadores con los miembros de las organizaciones. Lo anterior evidencia que a pesar del respaldo de la Universidad, la investigación no generó el apoyo esperado por las empresas.
- Las políticas de las empresas impiden una descripción detallada de los recursos usados en un plan de mercadeo digital y por lo tanto, en algunas ocasiones las respuestas fueron muy evasivas.

Sin embargo con las empresas que se entrevistaron se pudo obtener la información que da respuesta a cada uno de los objetivos planteados en la investigación.

## 7. RESULTADOS Y DISCUSION

### 7.1 Resultados

Dentro de los hallazgos más importantes arrojados por la investigación(ver anexo 5) resaltamos: el uso de Internet como una nueva herramienta de marketing, el nacimiento del E- Marketing y las tendencias que se están dando en el mercado Colombiano.

#### Resultado general de todos los objetivos

El Internet es la herramienta más eficiente y económica para implementar estrategias de marketing: “El Internet es ahora para los profesionales en mercadeo una parte no negociable del Marketing Mix” (Stokes, 2008) 21.

Las tendencias Digitales, hacen necesario replantear las estrategias de Marketing dentro de las empresas, podemos ver como se han incluido nuevas variables a la Mezcla de marketing , como lo muestra Rob Stokes en su libro: *E-Marketing - Theessential guide to digital marketing 4Th Edition*, donde las personas juegan un papel muy importante dentro de la relación con la empresa, convirtiéndose en

---

<sup>21</sup> Stokes, Rob. E-Marketing , the Essential Guide to Digital Marketing, 4a edición, 2008.

“productores”, definidos como “usuarios que han asumido un doble rol en la red, consumen contenidos pero al mismo tiempo aportan o crean nuevos contenidos- para participar activamente en los medios sociales e interactuar a la vez con la marca y su historia”<sup>22</sup>

Nace entonces el concepto de E-Marketing , herramienta novedosa que se ha convertido en “Una nueva forma de hacer marketing, las estrategias del mismo consisten en adaptar los principios del marketing tradicional, usando las oportunidades y desafíos ofrecidos por la tecnología y los medios digitales”<sup>23</sup>. Más que otro tipo de marketing el E-Marketing es medible y da a la marca la oportunidad de construir relaciones, optimizar las experiencias de los consumidores.

“La publicidad online es la promoción que se hace de un producto o servicio en todas las áreas de Internet: Generación de demanda, Posicionamiento en Buscadores, publicidad incluida en e-mails, publicidad en redes sociales y publicidad en Google Adwords, Pay per click PPC” (Stokes, 2008)<sup>24</sup>.

“

---

<sup>22</sup> <http://www.rizomatica.net/prosumidor-cuales-son-sus-motivaciones/>

<sup>23</sup> Stokes, Rob. E-Marketing , the Essential Guide to Digital Marketing, 4a edición, 2008.

<sup>24</sup> Stokes, Rob. E-Marketing , the Essential Guide to Digital Marketing, 4a edición, 2008

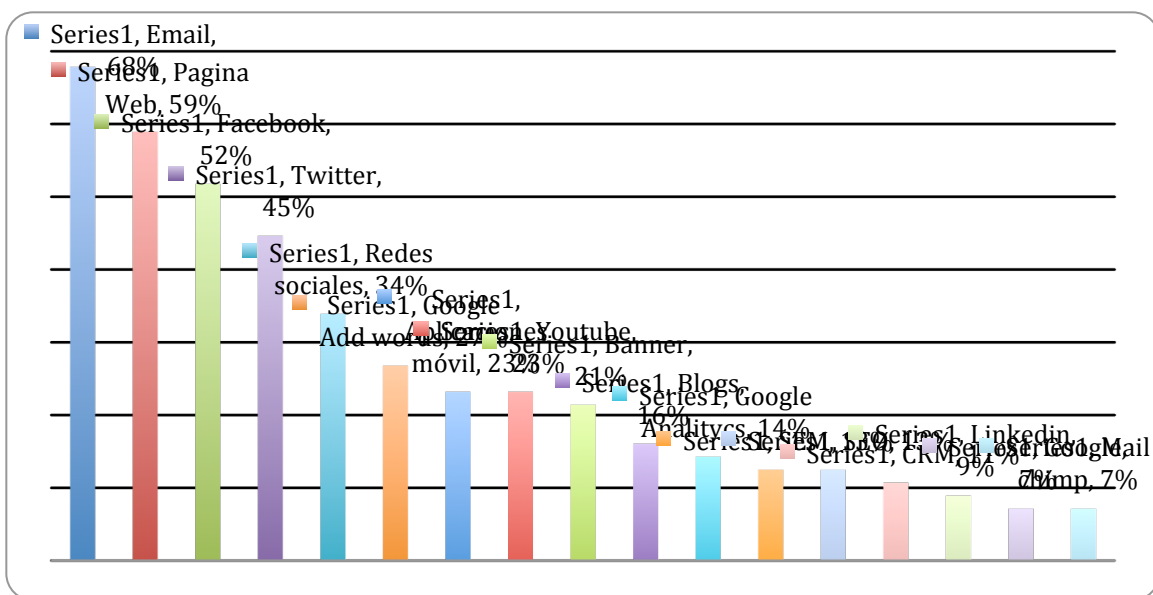
De acuerdo al objetivo planteado en la investigación se obtuvieron los siguientes resultados:

**Objetivo1:** Proponer un catálogo con el uso de las principales aplicaciones y herramientas disponibles para E-Marketing resaltando utilidades, beneficios y forma de utilizarse.

Como resultado de la investigación, encontramos que los expertos en E- Marketing en Colombia, reconocen varias herramientas y aplicaciones en el momento de crear una estrategia de E- Marketing.

En términos de publicidad se encontró que existen todo tipo de formatos y opciones para poder comunicarse con el consumidor. Pero las herramientas más utilizadas son el e-mail marketing con un 68%, las páginas web con un 59% y las redes sociales que hoy tienen tanto auge como lo es Facebook con un 52% y Twitter con un 45%.

ILUSTRACIÓN 26 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS



**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

La investigación arroja que las redes sociales son efectivas, ya que la principal característica es que son una plataforma de doble vía donde los clientes no sólo reciben información, sino que también retroalimentan, comunican y participan del proceso comunicativo.

Esta herramienta se enfoca principalmente en estrategias de branding, mediante el involucramiento del consumidor en las características principales de las marcas y de los bienes ofertados, lo cual desemboca en una retroalimentación por parte del cliente y en consecuencia colaboración por parte del mismo en los procesos comunicativos. En segunda instancia, el Social Media también permite la ampliación de cobertura de los mercados, debido al alcance masivo y a la interfaz que ofrece el mismo con los mercados y clientes potenciales.

Se encontró que herramientas como Youtube, se han vuelto muy populares entre las empresas, así lo expresa Olga Brito Directora IAB Colombia “El video en este momento es casi que el rey, la gente quiere ver video, ver movimiento, buscan un buen audio en los contenidos que encuentran, es algo que se ha venido desarrollando muy lento pero va a crecer mucho en estos años que vienen” Brito (2012 entrevista)<sup>25</sup>.

El 78% de las empresas entrevistadas son conscientes de la importancia de pertenecer a las redes sociales para generar visibilidad y fortalecer la imagen de la empresa, a pesar de esto sólo algunas empresas conocen la importancia y la necesidad del buen uso de estas herramientas, para generar beneficios. Usualmente las redes sociales de grandes empresas como; LG, Unilever, Juan Valdez, Congruppo S.A, Bavaria, Honda Colombia y la Universidad Piloto de Colombia, son manejadas a través de agencias digitales, centrales de medios y agencias de publicidad, quienes disponen de un community manager que es el que se encarga de realizar esta labor.

Los directores de mercadeo de las empresas entrevistadas como Universidad del Rosario, Solutek, Marcali, Geelbe Colombia, Embajada de Israel, Oasis Word-class Software, Bavaria, Copa Airlines, Universidad Sergio Arboleda, Mario Hernández, Juan Valdez, Unilever, Cifras y Conceptos y LG consideran que los principales beneficios de las redes sociales son:

- Conocer lo que el cliente piensa y habla de la marca y su competencia.
- Lograr una forma de comunicación con usuarios actuales y potenciales.

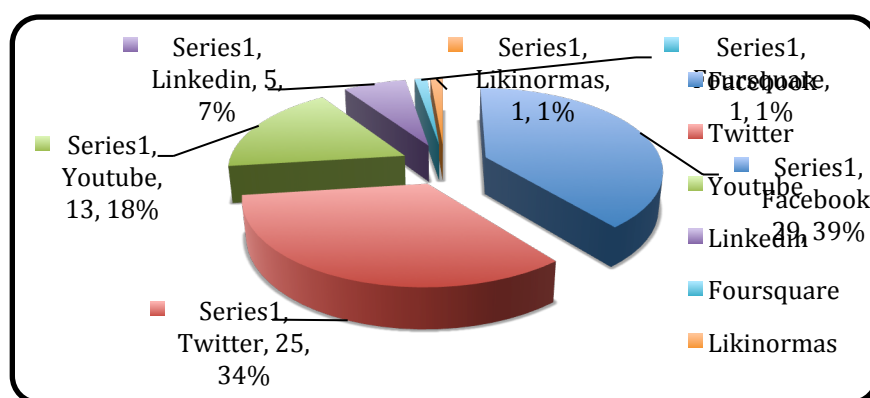
---

<sup>25</sup> Entrevista a Olga Brito, IAB, 2012.

- Generar un voz a voz por medio de los clientes o consumidores.
- Generar comunidad, por medio de la interacción de los usuarios.
- Lograr una investigación exhaustiva del consumidor.

De las empresas, centrales de medios, agencias de publicidad y agencias digitales, que utilizan redes sociales, tienen como preferencia el uso de Facebook. Según el estudio publicado por SEOColombia.com Facebook tenía a enero de 2012 15,803,000 de usuarios en Colombia, ocupando el puesto numero 14 a nivel Mundial <sup>26</sup>. Dentro de nuestra investigación se encontró como la principal red social con un 39%, seguido por Twitter con un 34% y de Youtube con un 18% y por último se presenta LinkedIn con un 7% en el tema profesional.

**ILUSTRACIÓN 27 USO DE LAS REDES SOCIALES**



**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

<sup>26</sup> <http://www.seocolombia.com/blog/estadisticas-facebook-colombia-2012/>

“Todas estas redes sociales están generando un gran volumen de seguidores y se están moviendo mucho” Brito (2012 entrevista)<sup>27</sup>. En el caso de las redes sociales, lo más importante es medir la interacción de los usuarios y para eso hay una herramienta muy famosa que se llama HootSuite “esta es la más conocida y de mejor reputación, esta herramienta prácticamente lo que te permite es programar unos contenidos que automáticamente se postean en las redes sociales sin que una persona tenga que hacerlo manualmente y automáticamente te genera reportes sobre el comportamiento que tuvieron las publicaciones en las redes sociales respecto a ese contenido que posteaste” Pachón (2012 entrevista)<sup>28</sup>.

Como resultados de la investigación encontramos otras herramienta en el tema de Search, muy utilizadas por agencias digitales como IAB y Global News Intelligence, con su metodología SEM (Search Engine Marketing), que significa mercadeo en buscadores, y metodología SEO (Search Engine Optimization), que significa optimización de motores de búsqueda, se enfoca principalmente en el desarrollo de marketing en los motores de búsqueda de la Web, a través del desarrollo y segmentación de los anuncios por medio de análisis de las palabras que introduce el usuario en cada búsqueda.

El objetivo de estas herramientas no es sólo incluir los anuncios específicos de acuerdo a la búsqueda ejecutada, sino también establecer un orden según el cual se podrán visualizar los anuncios correspondientes, dependiendo eso sí, del método utilizado. “Es todo lo que tú puedes hacer en motores de búsqueda, llámese Google,

---

<sup>27</sup> Entrevista a Olga Brito, IAB, 2012.

<sup>28</sup> Entrevista a Andrés Pachón, CAINKADE, 2012.

Yahoo, Bing, y ese search lo puedes ver desde dos puntos de vista, uno que puede ser el SEM que ahí lo que tu haces es que a través de palabras claves o de ciertos contenidos tu marca pueda aparecer y tu le puedas dar notoriedad y el SEO es lo que tú haces para que tu marca aparezca en los primeros lugares cuando una persona está haciendo una búsqueda en particular en un motor de búsqueda” Brito (2012 entrevista)<sup>29</sup>.

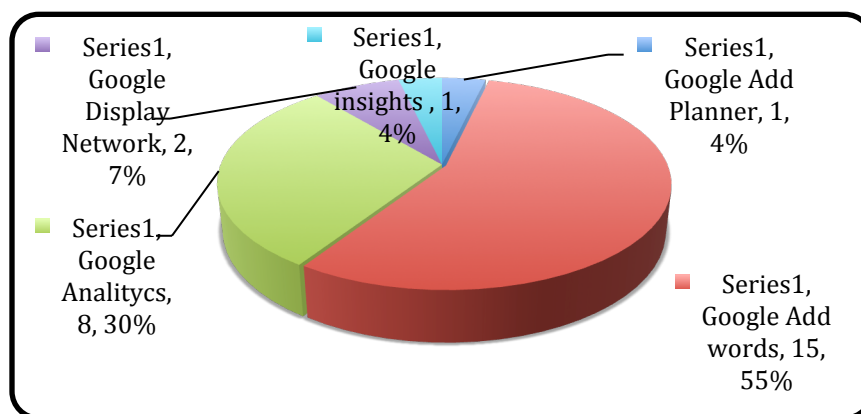
Como resultados de la investigación se encontró que empresas como Unilever, Business Support, Cintel, LG, Mario Hernández, Invensys Process, Universidad Sergio Arboleda, Colaereo y Universal del Rosario reconocen a Google como el más utilizado como herramienta principal para hacer mercadeo. En cuanto motores de búsqueda la investigación arrojó que Google addwords se encuentra como principal con un 55%, esta herramienta publica pequeños avisos de texto que aparecen en el motor de búsqueda, aunque también hay algo que se llama Google Display Network con un 7%, que permite no sólo pautar con palabras o mensajes de texto sino con imágenes y video.

Frente herramientas de monitoreo las empresas como Cifras y Conceptos, Business Suport, Tigo y Codensa utilizan Google Analytics que se encuentra en segunda posición con un 30% como una de las herramientas más utilizadas de Google, esta permite saber exactamente el comportamiento que tienen los usuarios en determinada página web o en el desempeño de las campañas o pautas que se hacen por medio de Google Doodles.

---

<sup>29</sup> Entrevista a Olga Brito, IAB, 2012.

ILUSTRACIÓN 28 HERRAMIENTAS DE GOOGLE



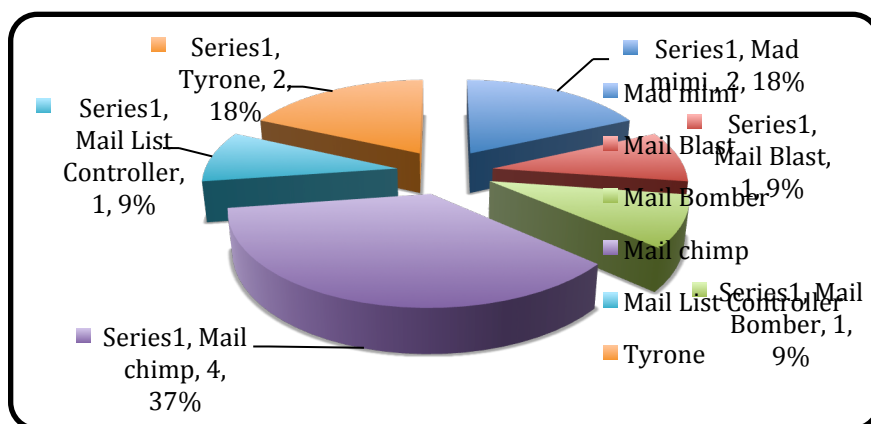
**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

“También hay otras que le sirven mucho a la gente de investigación como Google insights, muy buena y arroja estadísticas sobre que búsqueda hace la gente determina desde dónde se hizo, con qué páginas, con qué palabras. Entonces puede ser muy útil para una persona que tenga una página web porque a veces la gente en Internet te busca de una manera que jamás pensarías” Pachón (2012 entrevista)<sup>30</sup>.

De la investigación realizada las empresas reportan el e-mail marketing como la herramienta más utilizada con un 95%, ya que es un medio de comunicación efectivo, a pesar de esto, las agencias digitales como Cainkade, Blogosfera, Get Link, IAB, Global News Intelligence, Mass, Ariadna, ZAV, Desarrolla LTDA y 7 Interactivo, hacen énfasis en un error que comúnmente caen las empresas en convertir el e-mail en un spam.

<sup>30</sup> Entrevista a Andrés Pachón, CAINKADE, 2012.

ILUSTRACIÓN 29 EMAIL MARKETING



**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

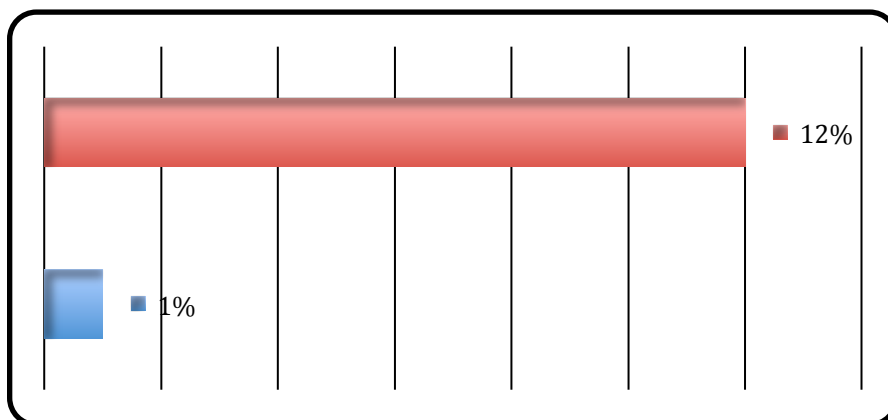
Las principales sugerencias de los directores de mercadeo entrevistados para lograr un uso efectivo de esta herramienta son:

- Debe ser contenido realmente importante y/o atractivo para el cliente.
- Genera una alimentación continua de las bases de datos, obteniendo el permiso del cliente para el envío.
- Respetar la privacidad de los clientes.
- Dependiendo el producto o servicio de la empresa se define la frecuencia de uso de esta herramienta, pero no debe superar más de dos envíos semanales.

La investigación arrojó que las empresas entrevistadas no recurren mucho a la herramienta de Publicidad Online – Ad Server. De este modo el Banner, con tan solo un 12%, es la herramienta más reconocida y utilizada por agencias digitales y de

publicidad como Get Link, e-nnovva, 7 Interactivo, IAB, ZAV, Publicis Colombia y Antequera Asociados.

ILUSTRACIÓN 30 PUBLICIDAD ON LINE



**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

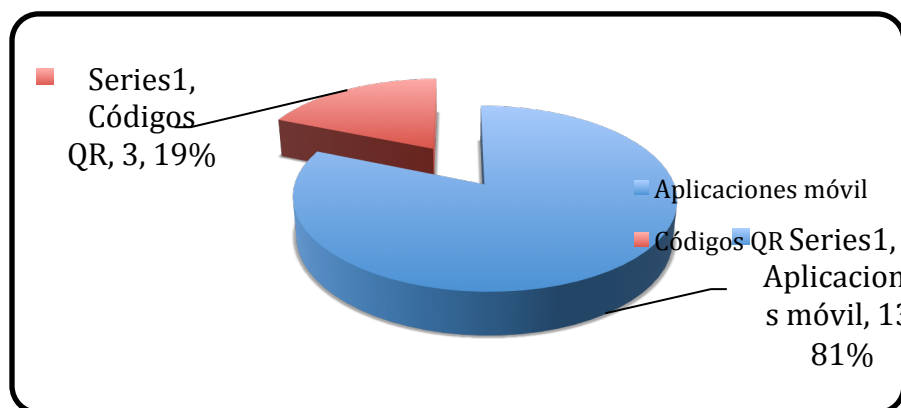
Esta herramienta es recomendada para empresas que tengan un objetivo de posicionamiento o Branding.

Sus principales beneficios son:

- Capacidad de interactuar en tiempo real con el usuario.
- Mayor alcance de la audiencia.
- Disponibilidad de la publicidad las 24 horas del día.

Como parte de los resultados de la investigación se encontró que el Marketing Mobile, ha tenido gran auge y ya esta siendo utilizado por centrales de medios como e-nnovva, y por agencias de publicidad como Sancho BBDO.

ILUSTRACIÓN 31 MARKETING MOBILE

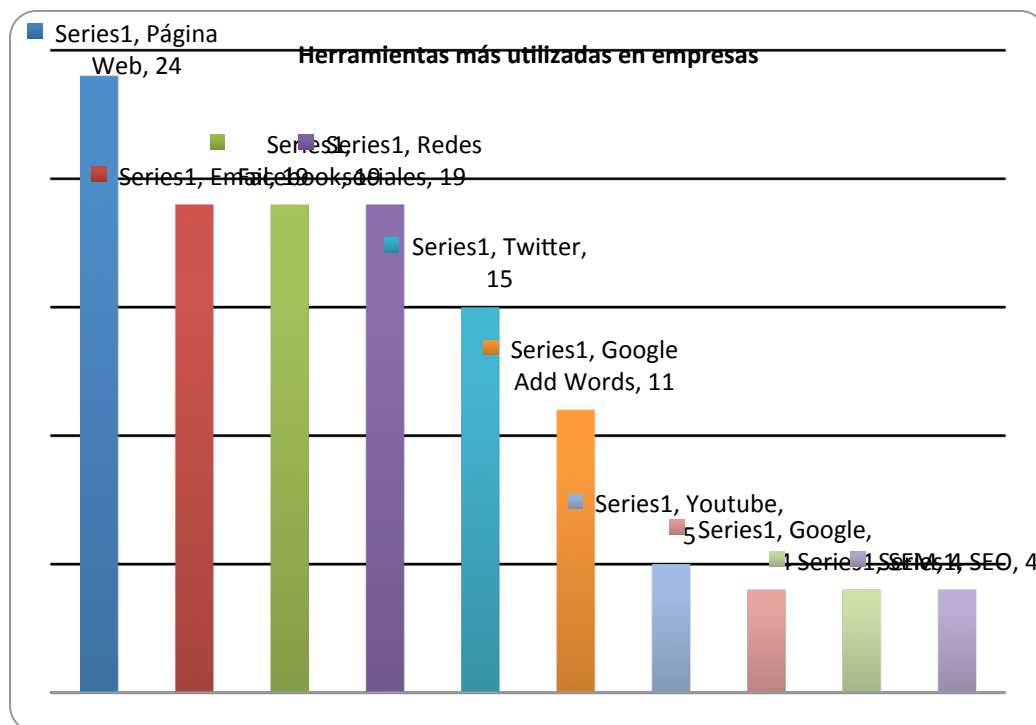


**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

Siendo así Olga Brito, directora IAB Colombia comenta “Otra tendencia que se está viendo y está creciendo notablemente es el tema móvil, independientemente que sea el teléfono determinado, cualquier dispositivo que puedas llevar contigo a dónde vayas, un Ipad, un Galaxy, todas estas tablets que existen ahora, los teléfonos, es otra forma o herramienta que te está permitiendo estar más cerca de las personas y casi estar en el minuto donde ellas están, prácticamente 24 horas” Brito (2012 entrevista)<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Entrevista a Olga Brito, IAB, 2012.

ILUSTRACIÓN 32 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS EN EMPRESAS



**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

Como se puede ver en el gráfico anterior, la página web es la herramienta más utilizada por las empresas con un 96%, entre estas se encuentran empresas grandes como LG, Marcali, Honda de Colombia, Claro, Tigo, Glaxo Smith Kline, Bavaria (A través de Lattitude – Central de medios), Copa Airlines, Codensa, Unilever, Juan Valdez, Mario Hernández y Diageo entre otras. También encontramos empresas del sector educación como la Universidad del Rosario, La Universidad Piloto de Colombia, Universidad Sergio Arboleda y la Universidad EAN.

De acuerdo a los resultados de la investigación, podemos concluir que uno de los principales objetivos de la publicidad online es incrementar las ventas, alcanzando la mayor visibilidad en la Web. Para optimizar los resultados, se debe segmentar el público objetivo, ya sea geográfica o demográficamente, en mercados específicos contextualizados, esto es posible a través de una página Web bien estructurada, que logre generar contenidos y atraer al público objetivo. “Un tema fundamental es el prestigio Web donde se trata de establecer nivel, posicionamiento y determinar cómo se ha construido la imagen que está en la red y a partir de allí se empieza a tratar de construir una imagen” Lozano (2012 entrevista)<sup>32</sup>.

Al igual que el e-mail marketing esta es la segunda herramientas más utilizada con el 76% de participación. Las grandes empresas tienen un diseño estructurado y son manejadas desde la casa matriz, otras empresas subcontratan este servicio con agencias de publicidad o agencias digitales y finalmente existe un grupo pequeño de empresas 25% aproximadamente que utilizan la página Web y son manejadas internamente.

Como lo menciona uno de los entrevistados “Una de las cosas más importante es lo que en la industria se llama la experiencia de usuario, que está muy atado a la arquitectura de información de la página, que quiere decir cómo está dividida, en qué secciones y cuáles son las funcionalidades. Es importante que estos ítems tengan un nivel de calidad muy alto, la suma de todo esto es la experiencia del usuario. Que

---

<sup>32</sup> Entrevista a Olga Lucía Lozano, BLOGOSFERA, 2012.

finalmente es la percepción o el sentimiento que desarrolla el usuario frente a una página Web” Pachón (2012 entrevista)<sup>33</sup>.

La suma de todo el contenido de una página Web genera una experiencia al usuario y un prestigio e imagen en la Web, las principales sugerencias dadas por las personas entrevistadas son:

- Generar contenido inteligente, interesante, de alta calidad para cautivar a la audiencia.
- Fácil y sencilla de manejar.
- Generar credibilidad sobre la información.
- Permitir interactuar los posibles consumidores o clientes.
- Tener una comunicación directa, clara y real con los usuarios, para generar confianza. Debe ser creativa, distinta, que sea clara.

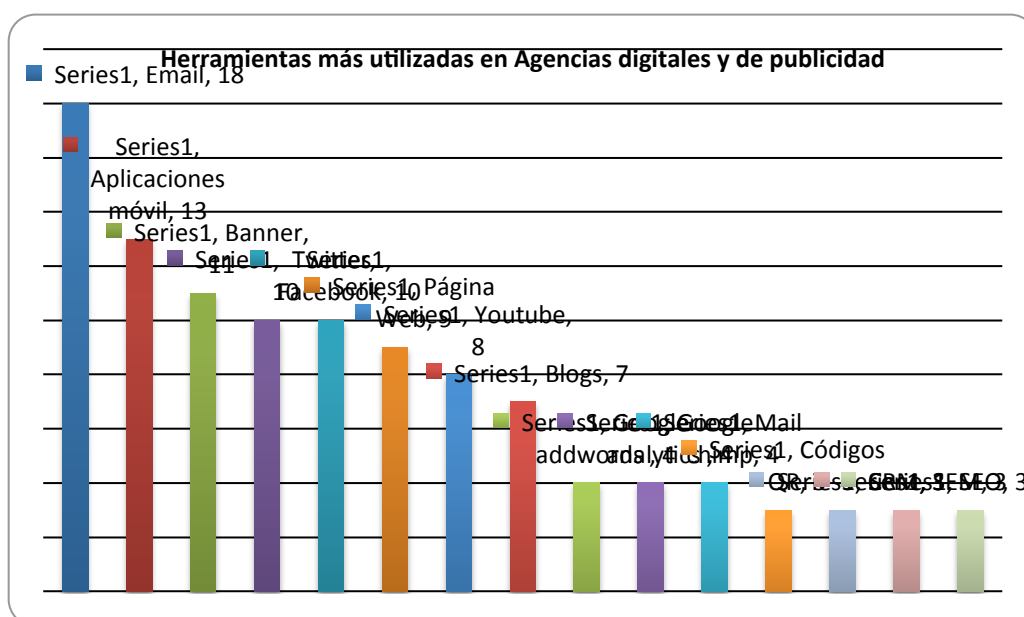
Como resultado a la entrevista realizada a Olga Lozano, la principal recomendación para tener una página Web exitosa, es crearla pensando en que los usuarios son inteligentes, lograr condensarla como proyecto *online*, “no es un proyecto impreso que por falta de plata se hizo en línea, y genera interacción con los usuarios y lograr generar comunidad, si no lograr hacer comunidad entorno tuyo no tiene sentido, y lo que es clave es que será creativa, que sea distinta, que sea clara, mostrar el por qué es útil y el valor agregado que tiene frente a otras”.

---

<sup>33</sup> Entrevista a Andrés Pachón, CAINKADE, 2012.

Es importante crear una cultura en la gente para la interacción en las páginas Web, el tema de registro ha sido un obstáculo importante en Colombia para poder optimizar este tipo de herramienta, como lo menciona Olga Lucía Lozano de Blogosfea: “En Colombia es claro que el tema de registro no ha tenido éxito, la gente no le gusta registrarse y la que se registra lo hace con nombres falsos. La gente se registra cuando considera que es útil, cuando está enganchada, esto se logra cuando has logrado generar fidelidad. Algunos concursos generan oleadas de tráfico pero no fidelidad. Tu logras generar fidelidad cuando logras generar una comunidad con los usuarios, cuando logras identificar sus intereses y los satisfaces y no les mientes”<sup>34</sup>.

#### ILUSTRACIÓN 33 HERRAMIENTAS MÁS UTILIZADAS EN AGENCIAS DIGITALES Y DE PUBLICIDAD



**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

<sup>34</sup> Entrevista a Olga Lucía Lozano, BLOGOSFERA, 2012.

En las Agencias de publicidad entrevistadas, Sancho BBDO, donde se encuentran empresas grandes y reconocidas como Leo Burnett, se puede ver que la herramienta más utilizada es en e-mail Marketing con un 90% de participación, este “puede hacer todo a través de correos electrónicos masivos, obviamente enviados de una forma de buena práctica, hay personas especializadas en eso para que no se te vuelva un spam” Brito (2012 entrevista)<sup>35</sup>.

El e-mail marketing, es una herramienta electrónica que está enfocada en el mantenimiento de relaciones con los clientes que presenta características bastante competitivas en relación con el resto de las formas de E-Marketing, teniendo en cuenta que es una herramienta con un alto nivel de beneficio en relación al costo, que cuenta con la posibilidad de adaptarla de acuerdo al segmento (segmentación).

El e-mail Marketing es una herramienta con aplicación a la realización de campañas de promoción masivas y la posibilidad de establecer relaciones con los clientes actuales que maximiza la lealtad de los mismos con la marca, además de la posibilidad de establecer relaciones de fidelización con clientes potenciales. Al igual que en el marketing tradicional, es necesario una investigación previa del mercado, esta se convierte en una herramienta práctica y gratuita. Es utilizada principalmente por las agencias de publicidad, digitales y centrales de medios, quienes consideran estas

---

<sup>35</sup> Entrevista a Olga Brito, IAB, 2012.

herramientas importantes para poder generar una planeación a las estrategias de mercadeo o las campañas publicitarias y de esta misma manera tener un seguimiento.

Algunas herramientas requieren de licencias o un pago, pero son rentables en comparación de los benéficos obtenidos.

## 7.2 Discusión

Como resultado de la investigación realizada a continuación se presenta un resumen de las principales herramientas mencionadas por los entrevistados, su aplicación y principales utilidades y beneficios:

**ILUSTRACIÓN 34 CUADRO RESUMEN HERRAMIENTAS ONLINE**

| <b>TIPO DE HERRAMIENTAS</b>                  | <b>APLICACIÓN</b> | <b>UTILIDAD Y BENEFICIOS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Medición y monitoreo redes sociales</b>   | Hootsuite         | Genera reportes sobre el comportamiento que tuvieron los contenidos de las redes sociales respecto a número de visitas. Mide la interacción de los usuarios en redes sociales. Es conocida y tiene una buena reputación.                                                                                                                                                        |
| <b>Motores de búsqueda publicidad online</b> | Google addwords   | Permite pautar por palabras, son básicamente esos avisos de texto que aparecen en el motor de búsqueda. Las apariciones dependen del dinero que se invierte en el Add, se mide por número de apariciones y por personas que se dirigen al Web Site. Se debe tener una estrategia clara y creativa, con un lenguaje claro y llamativo. Genera una oportunidad de venta o acción. |

|                             |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Motores de búsqueda</b>  | Google display network                        | Permite no solo pautar con palabras o mensajes de texto sino con imágenes y video                                                                                                                                                                        |
| <b>SEO</b>                  | Publicitarse a través de un motor de búsqueda | Se refiere al posicionamiento orgánico o natural, a través de palabras claves o de ciertos contenidos que pueden hacer notoria la presencia de la empresa en la Web.                                                                                     |
| <b>SEM</b>                  | Publicitarse a través de un motor de búsqueda | Se refiere a la aparición en los resultados de búsqueda, pagos (Llamado también PPC o enlaces patrocinados) pagar para que la marca aparezca en los primeros lugares cuando una persona está haciendo una búsqueda en particular en un motor de búsqueda |
| <b>Medición y monitoreo</b> | Google add planner                            | Sirven para la planeación publicitaria, muy utilizada y gratuita                                                                                                                                                                                         |
|                             | Omniure,                                      | Genera reportes de las páginas web                                                                                                                                                                                                                       |
|                             | Certifica                                     | Genera reportes de las páginas web                                                                                                                                                                                                                       |
|                             | Comscore                                      | Plataforma internacional que mide el tráfico de los website y las audiencias,                                                                                                                                                                            |
|                             | OMNI.CC                                       | Son plataformas para medir tráfico y generar estadísticas                                                                                                                                                                                                |
|                             | Tuik                                          | Son plataformas para medir tráfico y generar estadísticas                                                                                                                                                                                                |
|                             | Google analytics                              | Medición y monitoreo de páginas web, determinar el tráfico de la website. Permite saber exactamente el comportamiento que tienen los usuarios en la página web o en el desempeño de las campañas de pautas que se hace por medio de Google Doodles.      |
| <b>Investigación</b>        | Google insights                               | Arroja estadísticas sobre el tipo de búsqueda que hace la gente, desde donde, con que páginas y con qué palabras. Permite conocer como los usuarios buscan una marca, porque a veces la gente en Internet busca de una manera poco usual.                |

|                          |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empresa</b>           | Pagina web | Generar contenido inteligente, interesante, de alta calidad para cautivar a la audiencia, además generar credibilidad sobre la información, buen humor. La suma de todo el contenido de una página web genera una experiencia al usuario y un prestigio e imagen en la web. Además permiten interactuar los posibles consumidores o clientes. Logra establecer una verdadera comunidad con los usuarios y permitirles tomar parte de los debates, convertirse en referencia y ser referenciado por otras personas. Ser populares y reconocidos |
| <b>Redes sociales</b>    | Facebook   | Generar comunidad no está orientado a retorno de inversión, sino a visibilidad de contenido y de generar vco (vía social contact). Sirve para que otra gente cite los contenidos propios, cuando alguien cita la gente empieza a hablar del tema. Es la red social más utilizada, se puede ver qué es lo que están diciendo sobre la marca o qué están diciendo de la competencia para lograr un mayor control                                                                                                                                 |
|                          | Youtube    | Generar comunidad, interacción con usuarios mediante las herramientas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                          | Twitter    | Generar comunidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                          | LinkedIn   | Red profesional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Publicidad online</b> | Rich Media | Anuncios que recurren o utilizan un formato o tecnología avanzada. Capaces de interactuar en tiempo real con el usuario.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                          | Banner     | Logra el objetivo de branding                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                          | Pop-ups    | Sirven para la planeación publicitaria                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                   |                             |                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>e-mail</b>     | Mad mimi                    | e-mail para compartir información importante para la gente. Barata y fácil de usar, uno puede armar e-mails creativos y llamativos, no solamente texto plano, sino con fondos, imágenes. Llevan métricas y seguimiento de correos. |
|                   | Mail blast                  |                                                                                                                                                                                                                                    |
|                   | Mail bomber                 |                                                                                                                                                                                                                                    |
|                   | Tyrone                      |                                                                                                                                                                                                                                    |
|                   | MS dos                      |                                                                                                                                                                                                                                    |
|                   | Mail chimp                  |                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Contenidos</b> | Blogs                       | Creación de contenido                                                                                                                                                                                                              |
|                   | Microblogs                  |                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Publicidad</b> | Aplicaciones móvil          | Permite estar más cerca de las personas y casi estar en el minuto donde ellas están, prácticamente 24 horas, tendrán crecimiento en los últimos años                                                                               |
| <b>Mobile</b>     | Aplicaciones con códigos QR | Generar ultra segmentación                                                                                                                                                                                                         |

**Fuente:** Resultado entrevistas investigación

## 8 CONCLUSIONES

- ✓ Muchas empresas están en las redes sociales pero no han sabido generar las estrategias dirigidas a sus clientes que permitan la eficiencia del uso de estas herramientas, en referencia a nuestro estudio hemos extractado las herramientas más comunes y eficientes que se pueden adecuar a cada empresa y permiten generar las estrategias de mercado y que aunque muchas requieren licencias y pago son muy rentables en cuanto a los beneficios obtenidos.
- ✓ El mercadeo digital en Colombia está en crecimiento, pocas agencias se dedican a este fin, en muchas ocasiones no se utiliza de forma correcta y se utilizan pocas herramientas conocidas como las páginas web, Facebook, Twitter, Posicionamiento en Buscadores SEM – SEO cuando la variedad de estas es muy grande. Hace falta un mayor conocimiento y maduración en el tema de mercadeo digital y este es uno de los mayores retos de las agencias y las empresas y sus áreas de mercadeo actuales.
- ✓ Las empresas empiezan a conocer sobre la importancia del marketing digital y se apoyan en agencias de publicidad, digitales y centrales de medios, quienes realmente tienen conocimiento de las herramientas requeridas para cada uno de los objetivos o necesidades que requiere la empresa. De este modo los directores de marketing se enfrentan a esta nueva era digital donde deben actualizarse constantemente para generar nuevas estrategias de mercado.

## GLOSARIO

**Abovethe-Fold:** La parte de una página Web o email que es visible sin necesidad de desplazarse. En general, es la colocación más deseable debido a su visibilidad

**Adserver:** Es un servidor de anuncios. Su misión es servir las creatividades publicitarias y contabilizar entre otras muchas cosas las impresiones y clicks.

**Adserver de Soporte:** Nos permite saber cuántas impresiones emitidas llevamos, saber los clicks, el inventario vendido y por vender, rotar formatos, etc.... Básicamente sirve para controlar toda la publicidad de una página Web.

**Adserver de Anunciante:** Es utilizado por las principales agencias de medios y anunciantes. Sirve entre otras muchas cosas para medir los usuarios de una campaña, auditar los datos de los soportes, controlar la actividad post-click y post-impression, conversiones generadas por la campaña, interacciones, optimizar, en fin... nos proporciona muchísima información útil sobre nuestra campaña online.

**Auto Responder:** Un programa o un script que envía automáticamente una respuesta cuando alguien envía un mensaje a su dirección. Los usos más comunes de las respuestas automáticas son para suscribirse y cancelar confirmaciones, mensajes de correo electrónico de bienvenida y las preguntas de soporte al cliente.

**Afiliado o affiliate:** También conocido como socio, asociado, publisher, sitio de contenido. Una persona o empresa o sitio Web independiente que promociona los

productos o servicios de un anunciante y recibe una comisión por cada acción determinada como un click, registro o compra.

**Affiliate Marketing (marketing de afiliación):** Una forma de publicidad por Internet, donde sitios Web publican ofertas de anunciantes a través de un banner o un text link.

**Anunciante:** También conocido como Retailer, E-tailer, online retailer, avisador o comerciante. Cualquier sitio Web que venda un producto o servicio y acepte pagos y pedidos. Un anunciante coloca anuncios y vínculos hacia sus productos y servicios en otros sitios Web (afiliados) y les paga a estos afiliados una comisión para leads o ventas que se generen desde sus sitios.

**ASP:** Application service provider. Una red online accesible a través de Internet en vez de una instalación de software. Se puede integrar rápidamente con otros sitios Web y los servicios son fácilmente implementados.

**Banner:** Es un anuncio publicitario que se realiza en la Web puede ser animado o estático y su principal característica es ser interactivo ya que con click lleva a la persona a la página Web del anunciante.

**Bases de Datos:** Formato en la que se almacena la información de una empresa incluyendo la información de los clientes o prospecto. Es de vital importancia una actualización permanente y se utiliza generalmente para generar estrategias de fidelización.

**Blog:** Es la abreviatura de Weblog, es un tipo de página web su contenido está basado en artículos ordenados cronológicamente desde el más reciente, hasta llegar al final de la hoja donde se encuentra el artículo más antiguo

**Blogging:** Es el hábito de escribir en un blog y mantenerlo actualizado con códigos SIC

**Blacklists:** Las listas de direcciones IP designadas como remitentes no autorizados por un proveedor de servicios Internet, empresa, servidor de correo electrónico o el usuario. Por su parte, IP en lista negra, son los spammers que envían correos electrónicos comerciales no solicitados o que son conocidos por llevar el malware. Las listas negras se utilizan, o bien compilada por los filtros de spam para bloquear direcciones IP específicas. Lo contrario de las listas blancas.

**BouncedEmail:** Un correo electrónico rebotado es un correo electrónico que se devuelve al servidor que lo envió. Un correo electrónico rebotado suele clasificar como un "rebote fuerte", lo que indica un error permanente debido a una dirección inexistente o una condición de bloqueo por el receptor, o un "rebote suave", lo que indica que hay un fallo temporal debido a la un buzón lleno o un servidor no está disponible

**Bot :** Programa encargado de rastrear e indexar contenidos en la Web, utilizado por buscadores, por ejemplo, google bot.

**Buzz** : Técnica de marketing online que utiliza el tradicional concepto de “boca a boca” pero de manera digital para comunicar de manera óptima con las comunidades de internautas.

**CallstoAction:** Las palabras incluidas en imágenes o textos que alientan la posibilidad de tomar una acción específica. Por ejemplo, "Haga click aquí para ver un recorrido por el producto" o "Agregar este producto a su lista de deseos".

**Community managers:** Encargado de crear y cuidar y mantener las comunidades de los seguidores en torno a las empresas o a la marca, además generan contenido de valor, crean temas de conversación, animando a las personas a participar, monitorizando la presencia online de las marcas.

**ConfirmedOpt-In:** Un Opt-In Confirmado (también conocida como doble opt-in) es un proceso de dos pasos que permite a un usuario a unirse a su lista de correo. El usuario deberá firmar un principio, y luego responder a un correo electrónico de seguimiento antes de recibir cualquier correo electrónico más.

**COOKIE:** Pequeño archivo que se instala en el PC del visitante cuando este visita una página Web y hace click en vínculos. El archivo contiene información sobre logins, compras configuraciones de usuarios etc.

**CLICKTAG:** Es un código que debe ir inserto en un Banner gráfico o un Flash. Gracias a este script se consigue realizar los seguimientos del banner realizado en cuestión,

que son fundamentales para ver el rendimiento de este. Hay que pensar que, aparte de Google Analytics para analizar las Webs, existen otras redes que, cuando se quiera medir exhaustivamente un funcionamiento determinado, para así controlar, realizar un seguimiento del anuncio y contribuyendo a que la red que proporciona el anuncio sepa dónde se muestra éste y cuándo se hace click en él.

**CPA:** Costo por acción. Un modelo donde un anunciante paga por cada acción como un registro (lead) o una venta. Para el sitio afiliado el equivalente es PPA (pago por acción)

**CPM (*Cost Per Mille Impressions*) - Coste Por Mil Impresiones:** Es el modelo más elemental mediante el se paga en función del número de impresiones del anuncio, es decir, el número de veces que se visualiza la publicidad en una página, independientemente de que los usuarios hagan click o realicen algún tipo de acción o compra.

Este sistema se utiliza para campañas de branding, es decir, cuando el objetivo sea conseguir visibilidad o reconocimiento de marca, no siendo efectivo para aumentar el beneficio a través de la acción o compra por parte del usuario. En este tipo de campañas el número de usuarios suele ser muy elevado y, por tanto, el valor aportado por cada uno es menor.

**CPC (*Cost Per Click*) - Coste Por Click:** En este modelo se requiere una mínima acción por parte del usuario, únicamente se paga por cada click que se hace en el anuncio (es el modelo utilizado por Google AdSense en sitios Web y Adwords en

buscadores), independientemente del número de veces que aparezca o que el usuario termine realizando alguna acción o compra.

**CPL (*Cost Per Lead*) - Coste Por Dirigir o Captar clientes:** Conforme se eleva la curva en el gráfico anterior, la acción requerida por parte del usuario es mayor. En este modelo, se paga únicamente cuando un usuario hace click en el anuncio y además realiza algún tipo de acción como el registro de datos mediante formularios, la suscripción a tu boletín electrónico (newsletter) o cualquier otra acción que estimes.

**CÓDIGO QR:** Los QR codes son códigos creados a partir de una matriz de puntos que se caracterizan por tener tres cuadrados en las esquinas que permiten detectar la posición del código al lector.

**E-commerce:** Actividades de comercio de productos o servicios que se realizan por medio de sistemas electrónicos.

**E-Business:** Es una forma no tradicional de establecer procesos de comunicación con el uso de la tecnología de Internet, realizando actividades que además de la compra y venta de productos y servicios generen servicios a los clientes; involucrando transacciones, negociaciones y operaciones comerciales en la cual requiere de investigación para definir los perfiles y el uso de nuevos canales de gran influencia.

**EPS:** Earnings per click. Muestra la capacidad de convertir click en ingresos para el afiliado. Se calcula tomando las comisiones y se divide por la cantidad de clicks de la campaña.

**Email Marketing:** Piezas de correo electrónico que se envían a una base de datos de clientes potenciales. Se distingue del SPAM porque se envía a usuarios que han accedido a recibir novedades de su empresa, mientras que el SPAM es un envío masivo, indiscriminado y no solicitado.

**Email Marketing Permissions:** El e-mail marketing permission o e-mail marketing de permiso es aquel que utiliza para sus envíos publicitarios listas de distribución de particulares, quienes han prestado previamente su autorización para el envío de publicidad a su correo electrónico.

**Geo-Targeting:** Técnica que permite enfocar contenido o anuncios específicos para la región del visitante, identificando su procedencia por medio de la IP.

**HOUSE LIST:** Una lista basada en permisos que usted mismo construyó. Se usa para comercializar, la venta cruzada y up-venta, y para establecer una relación con los clientes a través del tiempo. La lista de la casa es uno de sus activos más valiosos.

**Keyword:** Palabra clave del contenido que se quiere destacar en las SERPS de los buscadores, que suelen ser las palabras que utilizan los usuarios al buscar.

**LEAD:** También conocido como formulario o registro. Cuando un visitante llena un formulario en el sitio de un anunciante, se inscribe como usuario para recibir un contacto o información del anunciante.

**LINK:** Conocido como vínculo, es una publicidad en un sitio Web, mail o newsletter, que una vez se hace click dirige al usuario al sitio Web del anunciante o una sección determinada.

**Linkbaiting o contenidos virales:** Hace que los hipervínculos compartidos sean atractivos para generar un efecto viral y mejorar la estrategia de Search Engine Optimization (SEO) de un sitio.

**Linkbuilding:** Busca aumentar la relevancia ante Google en un sector determinado incrementando el posicionamiento Web.

**Marketing de afiliación:** Consiste en un canal de publicidad y ventas online en el que los comerciantes online, anuncian sus productos o servicios en compañías independientes que promocionan estos en un sitio Web, llamadas publishers, logrando no sólo llegar a un público objetivo, sino también, adquiriendo resultados por cada visitante que realiza una compra o llena un formulario de datos. Modelo que puede denominarse "pago por resultados".

**MailingList:** Un grupo de direcciones de correo electrónico (con o sin información adicional, como los nombres de los abonados) a la que se envían correos específicos.

**Microblogging:** Es una red mundial para crear y compartir ideas con otros usuarios en la Web 2.0. Se realiza por medio de caracteres cortos y de forma instantánea.

**Offline:** Término utilizado para describir cuando una persona no está conectada a Internet. Así, llevado al campo del email marketing, son muchas las personas que bajan los correos electrónicos para leerlos offline.

**Online:** Término utilizado para describir cuando una persona está conectada a Internet.

**Phishing:** Fraude criminal por intentar adquirir información personal como nombres de usuario, contraseñas, tarjetas de crédito, etc. Esto se genera a través de enlaces de correo electrónico o falsos. A menudo, esto se lleva a cabo en los sitios falsos que dicen ser las versiones legítimas de los sitios de confianza. Un método predominante de robo de identidad

**Pay-Per-Click (PPC):** Una cantidad específica se paga por cada visitante de la filial envía.

**Pay-Per-Lead (PPL):** Donde se paga el afiliado por el registro o registros

**Pago-Per-Venta (PPS) :** Comisión específica por cada venta que se paga al afiliado. Si su objetivo es generar su renta en línea por completo que puede conducir el tráfico de su listas de suscriptores, sus sitios Web, y de los métodos de comercialización de enlaces de afiliados.

**SEO:**Search Engine Optimization. Optimización para motores de búsqueda. Conjunto de técnicas para mejorar la posición de un sitio en buscadores.

**SEM:**Search Engine Marketing. Marketing de motores de búsqueda. Conjunto de técnicas para monetizar el tráfico referido por buscadores.

**SMO:** Social Media Optimization. Optimización de Medios Sociales. Conjunto de técnicas para optimizar un sitio para las redes sociales.

**SERP:** Search Engine Results Page. Página de resultados de búsqueda que devuelve un buscador cuando se consulta un término.

**Spam:** Son mensajes publicitarios no solicitados enviados en cantidades masivas. Aunque se puede hacer por distintas vías, la más utilizada entre el público en general es la del correo electrónico. El correo basura también puede tener como objetivo los teléfonos móviles a través de mensajes de texto, SMS, y los sistemas de mensajería instantánea

**SpamComplaint:** La recepción de una denuncia de un destinatario que haya identificado el mensaje como spam.

**Tracking:** Recolección y evaluación de las estadísticas (o métricas) que miden la eficacia de un correo electrónico o una campaña de correo electrónico

**Web 2.0:** Término que se refiere a la interacción del usuario con el contenido, siendo el usuario el generador principal de dicho contenido.

**White Hat SEO:** SEO de sombrero blanco. Es un conjunto de técnicas SEO que se basan en las reglas establecidas por los buscadores para el posicionamiento.

**WOM :** Word Of Mouth. Se refiere a la estrategia de marketing que busca la propagación de boca en boca entre las personas

## BIBLIOGRAFÍA

Akçura, M. (Sep 2010) *Information Systems & e-Business Management*, Vol. 8 Issue 4, p379-394, 16p, 6 Diagrams, 2 Charts; DOI: 10.1007/s10257-009-0118-4.

Aletí Vilaginés, J. (2001) *Marketing eficaz.com*. Gestión 2000, Barcelona,

Alexandru, Pop Nicolae ;( 2011) Carmen, Acatrinei. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, Supplement*.

Alvarez, O. D. (2012). *Marketing de atracción 2.0 - “Cómo conseguir tus objetivos online con el mínimo presupuesto”*. Oscar Del Santo y Daniel Alvarez, 2012.

Bao, R., Flores, J. & González, F. (2009). *Las organizaciones virtuales y la evolución de la Web*. Lima, Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Sheehan, Brian(sf) *Basic Marketing: Online Marketing* Chapter 1

Beelen, Paul.(2006) *Publicidad 2.0 – Lo que deberían saber los que trabajan en publicidad, marketing y medios sobre las tecnologías que están revolucionando su rubro.*

Bello, S. S. (2008). *Marketing viral*.Editorial UOC.

Berners-Lee, T. (mayo de 2001) Hendler, J. y Lassila, O.: «TheSemantic Web», *Scientific American*,

Bricklin, D. (2001) «*The Cornucopia of the Commons*», en Oram, A. (ed.): *Peer-to-peer*, O'Reilly & Associates, Sebastopol.

Braidot, N. (2006). *Neuromarketing: Neuroeconomía y negocios*.Puerto Norte Sur.

*Business News Americas*, 26 de enero de 2011

Calvo Fernández, Sergio; Reinares Lara, Pedro:(Madrid,2001) *Comunicación en Internet. Estrategias de Márketing y comunicación interactivas*. Paraninfo, Thomson Learning.

Celaya, J. (2000). *La empresa en la Web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en I*. Gestión 2000.

Chittenden,Lisa; Ruth,Rettie.(Jan2003)*Journal of Targeting, Measurement & Analysis for **Marketing***, Vol. 11 Issue 3.

Natalia Argoti Villa y Jonathan López Londoño(2009) *Descripción del uso de los medios electrónicos como herramienta de comunicación en las empresas más representativas de las categorías aseo personal, bebidas y alimentos con presencia en el valle del cauca,*

Carlos Gasquez-Abad, Juan;Helene de Cannière,Marie,(2008)*Direct **Marketing**: Theoretical delimitation and impact on consumer buying behavior*.(English) Universida Business Review, Issue 20, p100-121, 22p, 11 Color Photographs, 1 Diagram, 4 Charts; Language: Spanish.

Durukan, Tulin; Bozaci, Ibrahim ;( Jan2012)BugraHamsioglu, A.. *European Journal of Economics, Finance & Administrative Sciences*, Issue 44.

Autor Roldan Z. Santiago El cliente, Internet y la estrategia.

(Joel Reedy) *Electronic Marketing*: Chapter 17

(Ibrahim, kaba) *Elementos básicos del comercio electrónico*

Gregory T. Clark. *"E-Marketing Principles and Practices"*;

Adel I. Ansary, Judy Strauss and Raymond D Jul 4, 2011  
*"E-Marketing"* (6th Edition);. Frost; Paperback -.

Ramón Jesús Millán Tejedor;(2008) *"E-Marketing"* Publicado en BIT nº 171, Coit&Aeit.

Fernández Quijada, D.(Madrid 2006) «*Bases de datos multimedia en la Red global. Un recurso para la localización e indexación de contenidos*», *Telos*, núm. 67, Fundación Telefónica de España.

Fumero, a.(Madrid 2005) «*Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog*», *Telos*, núm. 65, Fundación Telefónica de España.

“*Guide to Online Advertising*”(sf) AdJuggler Inc.

Hasouneh, Abdel Baset I.(May 2010) Alqeed, MarzouqAyed. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2 Issue 1.

Hutton, Graeme; Fosdick, Maggie. (Dec2011) *Journal of Advertising Research*, , Vol. 51 Issue 4, p564-570, 7p, 4 Diagrams, 1 Graph; DOI: 10.2501/Jar -51-4-564-570

*Journal of Advertising Research*, (Mar2011) Vol. 51 Issue 1.

.Autor: Martha Isabel SchWebel. Revista: (2011) *La*  
*convergencia del Consumidor 2.0 en los Centros de Contacto* - Número 41.Fecha de  
 Publicación: 09-05-2011

Liestøl, G.(1997) «*Wittgenstein, Genette y la narrativa del lector*», en Landow, G. P.  
 (ed.): *Teoría del hipertexto*, Paidós, Barcelona, págs. 109-145

José Luis ValdivielsoPinuaga “*Marketing de afiliacion: apuesta segura*”.

Micheaux, Andrea L.. Journal of Advertising, Winter2011, Vol. 40 Issue 4, p45-66, 22p,  
 3 Black and White Photographs, 2 Diagrams, 8 Charts, 3 Graphs.

Miller, Richard K.; Washington, Kelli.(2012) Consumer Behavior, p423-426, 4p

Miller, Richard K.; Washington, Kelli.(2011) Entertainment, Media & Advertising Market  
 Research Handbook, Issue 11.

Monaco, Stephanie M.; Pershkov, Amy W.; McCamman, Peter M.. (Dec 2009)*Investment Lawyer*, Vol. 16 Issue 12.

John-Robert Skrob; August 2005 “*Open Source and Viral Marketing*”; Vienna, Austria

Parker, Philip M..*Regional Outlook Reports*, 1/ 7/2010, pn.Pag, 35p, 1 Graph

agresta, Stephanie, bough b. boni, miletsky, Jason I (sf)*Perspectives on social media marketing* OtiliaOtlacan;(sf)“*Principles of E-Marketing* ”.

Hundekar, S.G. Appannaianh, H.R, Reddy, P.N(sf)*Principles of marketing*Chapter 5

Rheingold, (2004) *Howard Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Gedisa: Barcelona . Capítulo: Tecnologías de la cooperación

Rushton, E., & Funke, S. (2011). *The Goodness in the Evil of SEO*. *Searcher*, 19(9), 30-35.

Sau-ling, L. (2011). *Social Commerce -- E-Commerce in Social Media Context*. *World Academy Of Science, Engineering & Technology*, 7239-44.

St. John Fisher College,(sf)*Search engine marketing: techniques, tools, and utilization*"; FarrokhMamaghani, Rochester, New York, USA

Sheehan, Brian.(sf)*Basic Marketing: Online Marketing*.

Shneiderman, Ben; Preece, Jennifer; Pirolli, Peter.(Sep 2010)*Communications of the ACM*, Vol. 54 Issue 9, p34-37, 4p; DOI: 10.1145/1995376.1995389.

Jason Potts, Stuart Cunningham, John Hartley, Paul Ormerod.(sf) "*Social network markets: A new definition of the creative Industries*

Stokes, Rob.(2008) *E-Marketing , the Essential Guide to Digital Marketing*, 4a edición.

Saavedra V. Gemma(sf) *Tesis La creación de marca digital en la era de la conectividad*". Página 29

David S. Evan; April 2009 *"The Online Advertising Industry: Economics, Evolution, and Privacy"*;

Dr. Ralph F. Wilson (s.f) *"The Six Simple Principles of Viral Marketing"*.

*"¿What is Email Marketing?"* (sf);MediaFane Staff.

Alvarez, O. D. (2012). *Marketing de atracción 2.0 - "Cómo conseguir tus objetivos online con el mínimo presupuesto"*. Oscar Del Santo y Daniel Alvarez.

Bello, S. S. (2008). *Marketing viral*.Editorial UOC.

Braidot, N. (2006). *Neuromarketing: Neuroeconomía y negocios*. Puerto Norte Sur.

Celaya, J. (2000). *La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en I. Gestión 2000*.

Fernández, A. M. (1997 ). *Marketing y Ventas en la Oficina de Farmacia*. Ediciones Díaz de Santos.

Geddes, B. (2012 ). *Advanced Google AdWords*. John Wiley & Sons.

## BIBLIOGRAFÍA DE INTERNET

*Consultora Devian.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://www.consultora-devian.net/inicio/noticias/52-de-la-web-10-a-la-web-40>

*Hablando en Corto.* (s.f.). Recuperado el 18 de 04 de 2012, de <http://hablandoencorto.blogspot.com/2011/06/marketing-de-afiliacion-5-claves-para.html>

*Informa BTL.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://www.informabtl.com/2011/google-el-buscador-mas-usado.php>

*Internet Marketing México.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://internetmarketingmexico.com/tipos-de-publicidad-en-internet-ventajas-desventajas-y-ejemplos/>

Lozano, J. D. (s.f.). *Microsoft Pymes y Autónomos.* Recuperado el 22 de Abril de 2012, de <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=503>

*Maestros del Web.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/que-es-un-community-manager/>

*Marketing Directo.* (s.f.). Recuperado el 18 de 04 de 2012, de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/estrategias-de-e-mail-marketing-para-despertar-a-los-consumidores->

inactivos/?utm\_source=feedburner&utm\_medium=feed&utm\_campaign=Feed%3A+MarketingDirecto+%28MarketingDirecto.com%29&utm\_content=Google+R

Martínez, A. C. (2010 ). *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales Online*. Editorial Club Universitario.

Metrix, c. M. (2012). *Futuro Digital - Colombia 2012*. Recuperado el 18 de Abril de 2012, de [www.comscore.com](http://www.comscore.com)

Santo, O. d. (2011). *Reputación Online Para Tod@s*. [www.oscardelsanto.com](http://www.oscardelsanto.com).

Spendolini, M. (2005). *Benchmarking*. Editorial Norma.

*¿Qué significa “internet”? –Definición de Internet*

<http://www.masadelante.com/faqs/Internet>

*What is e marketing and how is it better than traditional*

*Marketing*[www.quirk.biz/cms/801.E-Marketing one-chapone.pdf](http://www.quirk.biz/cms/801.E-Marketing%20one-chapone.pdf)

*¿Que es la web 3.0?*<http://Web30Websemantica.comuf.com/Web30.htm>

*Social Media Marketing: Three Mistakes to Avoid in*

*2012*<http://socialmediatoday.com/brettrelander/483890/social-media-marketing-three-mistakes-avoid-2012>

*How do you make a community more*

*active?*<http://socialmediatoday.com/khalidraza9/462287/how-make-community-more-active>

*How to integrate the social Web into your Business*<http://socialmediatoday.com/isra-garcia/457906/how-integrate-social-Web-your-business>

*Reasons Random Acts of marketing Social Media (RAMs) Don't*

*Work*<http://socialmediatoday.com/pammoore/452187/15-reasons-random-acts-marketing-social-media-rams-don-t-work>

*Diseñando estrategias de E. Marketing Usables y accesibles*

*(2007)*<http://www.slideshare.net/uaWeb/diseando-estrategias-de-E-Marketing-usables-y-accesibles>

*E. Marketing Communication (2008)*<http://www.slideshare.net/ypsoylu/E-Marketing-communication>

Esteban Contreras (2011) *The state of social media Social media marketing in 2012*<http://www.slideshare.net/socialnerdia/the-state-of-social-media-and-social-media-marketing-in-2012-10743590>

Dominique Hind (2008) *Digital Download*<http://www.slideshare.net/DomHind/digital-marketing-101-interactive-training-presentation>

Samir Balwany (2009) *5 Advance Social Media Marketing Strategies for small businesses*<http://mashable.com/2009/09/30/small-business-strategies/>

*Estudio sobre inversión publicitaria en Medios interactivos(2008)*  
<http://www.paulbeelen.com/whitepaper/Publicidad20.pdf>

IAB España y Price Water House Coopers. Madrid. (2009).  
<http://www.merodeando.com/images/2009/03/Resumen>.

O'Neill, Tim. *Qué es Web 2.0.*( 02 febrero del 2006)*patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software*. Disponible en  
[http://sociadaddelainformacion.telefonica.es/documentos/articulos/TRIBUNA\\_Web2.pdf](http://sociadaddelainformacion.telefonica.es/documentos/articulos/TRIBUNA_Web2.pdf)

Davis, I. (a julio 2005) «*Talis, Web 2.0 and AllThat*», <http://Internetalchemy.org/2005/07/talis-Web-20-and-all-that> (Consulta: 1 de febrero de 2006).

Eco, U.: «Los riesgos de la *Wikipedia*», *La Nación*, Buenos Aires, 29 de enero de 2006; [www.lanacion.com.ar/edicionimpresa/suplementos/enfoques/nota.asp?nota\\_id=775943](http://www.lanacion.com.ar/edicionimpresa/suplementos/enfoques/nota.asp?nota_id=775943) (Consulta: 3 de febrero de 2006).

Giles, J.: «Internet encyclopaedias go head to head», Special Report, *Nature*, 14 de diciembre de 2005; en: [www.nature.com/news/2005/051212/full/438900a.html](http://www.nature.com/news/2005/051212/full/438900a.html) (Consulta: 2 de febrero de 2006).

Nelson T. «TheXanadu® Model», *Xanadu*; en: <http://www.xanadu.com/> (Consulta: 6 de febrero de 2006).

Morville, P. (11 de octubre de 2005) «Authority», *SemanticStudios*; en: <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000057.php> (Consulta: 10 de enero de 2006).

O'reilly, T.: «*Not 2.0?*», 5 de agosto de 2005;

en:[http://radar.oreilly.com/archives/2005/08/not\\_20.html](http://radar.oreilly.com/archives/2005/08/not_20.html) (Consulta: 11 de enero de 2006).

«*What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*», 30 de September de 2005b;

en:[www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html)(Consulta: 30 de octubre de 2005).

Raymond,E.S.(2000) «*The Cathedral and the Bazaar*.

*V.3.0*»,en:[www.catb.org/~esr/writings/homesteading/cathedral-bazaar/](http://www.catb.org/~esr/writings/homesteading/cathedral-bazaar/) ; traducción al castellano en: <http://lucas.hispalinux.es/Otros/catedral-bazar/cathedral-es-paper-00.html>

Ribes,F.X.(2001) «*Las emisoras de radio del estado español en Internet:*

*Lasbitcasters*», Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra,

en:[www.tdcat.cbuc.es/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-0114102-161943//fxrg1de1.pdf](http://www.tdcat.cbuc.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0114102-161943//fxrg1de1.pdf)

Riley, D.(6 de marzo de 2005)«*A Short History of Blogging*», The Blog Herald,  
en: [www.blogherald.com/2005/03/06/a-short-history-of-blogging](http://www.blogherald.com/2005/03/06/a-short-history-of-blogging)

Rolero, G. (2001)«*Documento electrónico y firma digital. Necesidad de una legislación específica*», en: [www.aaba.org.ar/bi180p30.htm](http://www.aaba.org.ar/bi180p30.htm) (Consulta: marzo de 2006).

Vidal, M.(2000)«*Cooperación sin mando: una introducción al software libre*»,  
en: [www.sindominio.net/biblioWeb/telematica/softlibre/sl.pdf](http://www.sindominio.net/biblioWeb/telematica/softlibre/sl.pdf)

Bao, R., Flores, J. & González, F. (2009). *Las organizaciones virtuales y la evolución de la Web. Lima, Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.*

Bartolomé, A. (2008). «*E-Learning 2.0-Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior*». *Curso E-Learning 2.0*. Consultado el 29 de enero de 2008, a partir de:  
<http://www.lmi.ub.es/cursos/Web20/2008upv/>

What is sea /Search Engine Optimizacion <http://searchengineland.com/guide/what-is-seo>

Key elements of search engine optimizacion (seo) <http://www.nextsbd.com/seo/key-elements-of-seo.php>

What is Search Engine Marketing? [http://seoroi.com/seo-frequently-asked-questions-faq/what-is-search-engine-Marketing /](http://seoroi.com/seo-frequently-asked-questions-faq/what-is-search-engine-Marketing/)

Tomado de BuuteeqBlog, *La importancia de las redes sociales para hoteles*  
[<http://www.buuteeq.com/blog/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-hoteles/>] el 5 de abril de 2012.

GildasDuchesne(5 de abril de 2012) Tomado de Publicidées,  
[[http://www.publicidees.es/pdf/es/CP\\_010409.pdf](http://www.publicidees.es/pdf/es/CP_010409.pdf)]

Tomado de Web 3.0, Web Semántica,

[<http://Web30Websemantica.comuf.com/Web30.htm>], el 5 de abril de 2012

Tomado de CEDE, Confederación Española de Directivos y Ejecutivos,(el 5 de abril

2012) [<http://www.directivoscede.com/media/0000004500/0000004910.pdf> ]

Tomado de InteractiveAdvertisingBureau(Noviembre de 2010) [<http://www.iabspain.net/>]

*“Guía del Marketing de Afiliación*,el 9 de abril de 2012.

Tomado de InteractiveAdvertising Bureau [<http://www.iabspain.net/>] *“SEO: Optimización de Webs para buscadores”*, Julio 2010, el 9 de abril de 2012.

*Desarrolle sus habilidades analíticas*, Tomado de Google

[<http://www.google.com/analytics/learn/index.html>] el 9 de abril de 2012.

Tomado de Google [<http://adwords.google.es>] el 9 de abril de 2012.

Tomado de [[http://www.iabspain.net/ver.php?mod=descargas&id\\_categoria=9](http://www.iabspain.net/ver.php?mod=descargas&id_categoria=9)] *“Libro*

*Blanco Vol. 3 - Glosario de Términos (2ª parte)”* el 12 de abril de 2012.

Diario color abc, 29 de Marzo de 2012. <http://www.abc.com.py/edicion-impresas/suplementos/mundo-digital/crece-en-acceso-a-Internet-384399.html>

Artículo portafolio, 3 de Agosto de 2011. <http://www.portafolio.co/negocios/mercadeo-digital-movio-72000-millones-pesos-2010>

Cbsnews, 11 de Febrero de 2009. [http://www.cbsnews.com/2100-205\\_162-706351.html](http://www.cbsnews.com/2100-205_162-706351.html)

<http://www.radWeb.co.uk/e-business/>

babsoftware. (2009). Recuperado el 05 de Abril de 2012, de Web applications:  
[http://www.bab-soft.com/es/E-Marketing .php](http://www.bab-soft.com/es/E-Marketing.php)

Quirk Agency[http://www.quirk.biz/resources/88/What-is-E-Marketing -and-how-is-it-better-than-traditional-marketing](http://www.quirk.biz/resources/88/What-is-E-Marketing-and-how-is-it-better-than-traditional-marketing)

<http://www.businesslink.gov.uk/bdotg/action/detail?itemId=1075384999&type=RESOURCES>

Francisco Forero, representante de Google para Colombia.

<http://www.m2m.com.co/interna.asp?mid=1&did=385>

<http://Internetesmercadeo.com/comscore-revela-el-futuro-digital-de-colombia-2012-comscore-revela-el-futuro-digital-de-colombia-2012/>

Mónica Gómez Suarez, Estrategias de marketing en Internet.

[http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309163482\\_DYC\\_1998\\_41\\_15\\_28.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309163482_DYC_1998_41_15_28.pdf)

Crece la publicidad Online en Colombia, 7 Mayo de 2009, Revista semana.

<http://www.semana.com/economia/crece-publicidad-online-colombia/123722-3.aspx>

La convergencia del Consumidor 2.0 en los Centros de Contacto. Autor: Martha Isabel SchWebel. Revista: Año 2011 - Número 41.Fecha de Publicación: 09-05-2011

<http://www.buuteeq.com/blog/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-hoteles/>

La función del Community Manager, 2009, Elaborado por AERCO y Territorio creativo

<http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/sites/default/files/community-manager-espanol.pdf>

Interactive Advertising Bureau -| IAB Spain -|

[http://www.iabspain.net/ver.php?mod=descargas&id\\_categoria=9](http://www.iabspain.net/ver.php?mod=descargas&id_categoria=9)

Ayuda de AdSense. [http://support.google.com/adsense/?hl=es&utm\\_source=ww-es-et-storefront\\_adsense&utm\\_campaign=es&utm\\_medium=et](http://support.google.com/adsense/?hl=es&utm_source=ww-es-et-storefront_adsense&utm_campaign=es&utm_medium=et)

Casale, J. (2011). The online ad checklist. Editor & Publisher, 144(8), 22-22.

<http://search.proquest.com/docview/882225285?accountid=13250>

Dann, S., & Dann, S. (2011). E-Marketing . Theory and Application. New York: Palgrave Macmillan.

Facts about Google and Competition.

<http://www.google.com/competition/howgooglesearchworks.html>

Henschen, D. (2012). From CRM to social. *InformationWeek*, (1325), 16-20.

<http://search.proquest.com/docview/926962472?accountid=34925>

Hudson, A. (2011). Top E-mail marketing mistakes. *Air Conditioning, Heating & Refrigeration News*, 242(9), 20-20.

<http://search.proquest.com/docview/856441010?accountid=34925>

Ojala, M. (2011). *Search engine optimization. (Cover story)*. *Online*, 35(4), 14-16.

Online advertising: The frontline. (2011). *Marketing Week*, , 25.

<http://search.proquest.com/docview/850577100?accountid=34925>

Publicidad en búsquedas con Bing (sf)— Microsoft Advertising – España.

<http://advertising.microsoft.com/espana/publicidad-en-busquedas>

Practice Advisor, 21(4),(sf) 36-36.

<http://search.proquest.com/docview/885359701?accountid=34925>

Teixeira, J. (2010). Your Google Game Plan for Success: Increasing Your Web Presence with Google AdWords, Analytics and Website Optimizer. Hoboken, NJ, USA: Wiley.

The Periodic Table Of SEO Ranking Factors.(sf) <http://searchengineland.com/seotable/>

Timing is everything with direct e-mail marketing. (2010), Modern Baking, 24(3), 18-n/a.  
<http://search.proquest.com/docview/220399079?accountid=34925>

Visión general de AdWords(sf) - Ayuda de AdWords.

<http://support.google.com/adwords/bin/answer.py?hl=es&answer=1704410&from=6084&rd=1>

Yahoo! Hispanic Americas Ad Specs.(sf)<http://es.yahoopublicidad.com/>

Yet-Mee, L., Ching-Seng, Y., & Teck-Chai, L. (2011). The Effectiveness of Online Advertising in Purchase Decision: Liking, Recall and Click. *Australian Journal Of Basic & Applied Sciences*, 5(9), 1517-1524.

Zingsheim, M. (2011), Advertising online. *Ground Support Worldwide*, 19(5), 6-6.  
<http://search.proquest.com/docview/874489189?accountid=34925>

*Quispe Ortega, Lucio Marcelo, Consultora Devian.* (2011). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://www.consultora-devian.net/inicio/noticias/52-de-la-Web-10-a-la-Web-40>

*Hablando en Corto.* (s.f.). Recuperado el 18 de 04 de 2012, de  
<http://hablandoencorto.blogspot.com/2011/06/marketing-de-afiliacion-5-claves-para.html>

*Hablando en Corto.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de  
<http://hablandoencorto.blogspot.com/2011/06/marketing-de-afiliacion-5-claves-para.html>

*Informa BTL.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de  
<http://www.informabtl.com/2011/google-el-buscador-mas-usado.php>

*Internet Marketing México.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://Internetmarketingmexico.com/tipos-de-publicidad-en-Internet-ventajas-desventajas-y-ejemplos/>

*Maestros del Web.* (s.f.). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de <http://www.maestrosdelWeb.com/editorial/que-es-un-community-manager/>

Lozano, J. D. (s.f.). *Microsoft Pymes y Autónomos.* Recuperado el 22 de Abril de 2012, de <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=503>

*Marketing Directo.* (s.f.). Recuperado el 18 de 04 de 2012, de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/estrategias-de-e-mail-marketing-para-despertar-a-los-consumidores->

## ANEXOS

## Anexo 1 – Cuestionario empresas

| <b>PREGUNTAS PARA EMPRESAS</b>                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                                                                                            |
| 2. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                                                                                              |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                                                                                  |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                                                                                               |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                                                                                  |
| 6. influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                                                                                        |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cuáles?                                                                                                                                                                                 |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                                                                                      |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                                                                                            |
| 10. Manejan e-mail? Frecuencia y uso.                                                                                                                                                                                                             |
| Cuáles son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen?                                                                      |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                                                                                         |
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bouncerrates, Uniquevisitors, CTR - click througtrate)?Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                    |
| 15. Cuales considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                    |

## Anexo 2 – Cuestionario Agencias Dgitales

| PREGUNTAS PARA AGENCIAS DIGITALES                                                                                                                                      |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1. Podría hacer una breve descripción de la empresa.                                                                                                                   |  |
| 2. ¿Cuanto tiempo lleva la empresa en el mercado?                                                                                                                      |  |
| 3. Cuenta la empresa sólo con capital propio o tiene algún inversionista externo?                                                                                      |  |
| 4. ¿Qué cargo ocupa usted y cuánto tiempo lleva desempeñándose en este cargo?                                                                                          |  |
| 5. ¿Cuál es su público objetivo?                                                                                                                                       |  |
| 6. ¿Podría dame una breve descripción del mercado del marketing digital actual?                                                                                        |  |
| 7. ¿Qué herramientas de marketing digital han surgido y cuales de ellas son las más utilizadas?                                                                        |  |
| 8. ¿Cómo se relaciona el marketing digital con el marketing tradicional y que beneficios y desventajas tienen?                                                         |  |
| 9. ¿Cuales son los requisitos básicos para poder desarrollar una campaña de marketing digital?.                                                                        |  |
| 10. ¿Como se establecen las técnicas que deben utilizar en dichas campañas?                                                                                            |  |
| 11. ¿Quién se encarga de administrar las herramientas y la información dentro de la empresa? Para qué utilizan esta información?                                       |  |
| 12. ¿En que casos es recomendable o no utilizar una estrategia de marketing digital?                                                                                   |  |
| 13. ¿Considera usted que una estrategia de marketing online debe ir acompañada de una estrategia de marketing offline?, Explique los casos.                            |  |
| 14. ¿Que ítems se deben incluir dentro de un presupuesto para la realización de un Plan de Marketing digital?                                                          |  |
| 15. ¿Qué soporte técnico (suficientes recursos de hardware, software y aplicaciones) debe tener una empresa para desarrollar marketing digital?                        |  |
| 16. ¿Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web?                                                                                                  |  |
| 17. ¿Qué tipo de publicidad online maneja?                                                                                                                             |  |
| 18. ¿Como se compone una página Web exitosa?                                                                                                                           |  |
| 19. ¿Cómo están utilizando las redes sociales en un plan de marketing digital?:                                                                                        |  |
| 20. ¿Cómo utiliza usted eMail Marketing?                                                                                                                               |  |
| 21. Puede explicarme algunas estrategias de generación de demanda SEO / SEM, sus ventajas y desventajas.                                                               |  |
| 22. ¿Cuales herramientas y formatos utiliza para cada una de las siguientes variables del Plan de marketing digital?                                                   |  |
| 23. ¿Como se realiza la medición de impacto o resultados de las estrategias de marketing digital (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click throught rate)? |  |
| 24. ¿Ha tenido experiencias negativas con la implementación de estas herramientas online?                                                                              |  |
| 25. ¿Podría contarme algunos de sus casos de éxito?                                                                                                                    |  |
| 26. ¿Que certificaciones relacionadas con marketing digital posee su empresa y a que asociaciones del sector pertenece?                                                |  |
| 27. ¿Qué novedades y tendencias hay en el marketing digital?                                                                                                           |  |
| 28. ¿Cómo se mantiene usted informado y actualizado?                                                                                                                   |  |
| 29. ¿Cuales considera usted que son los retos del director de marketing actual?                                                                                        |  |

### Anexo 3 – Cuestionario Agencias de Publicidad

| <b>PREGUNTAS PARA AGENCIAS DE PUBLICIDAD</b>                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Cuál es el nombre de la empresa?                                                                                                                                 |
| 2. Qué cargo ocupa usted y hace cuánto tiempo lleva desempeñándose en este cargo?                                                                                  |
| 3. Porque utilizar campañas en Internet en lugar de los medios tradicionales?                                                                                      |
| 4. Cual son los objetivos más importantes de un programa de marketing digital?                                                                                     |
| 5. Cuáles son los mayores desafíos y/o factores que influyen cuando se inicia una estrategia de marketing digital?                                                 |
| 6. Cuáles son los conceptos, productos o aplicaciones online que debería tener una estrategia de marketing digital?                                                |
| 7. Conoce los entornos online que ofrece actualmente el mercado y la competencia? Qué tácticas en línea o campañas se emplean con más frecuencia en la actualidad? |
| 8. Tiene identificado los segmentos de mercados con los que utiliza las herramientas online?                                                                       |
| 9. Qué es lo más le solicitan sus clientes con relación al marketing digital?                                                                                      |
| 10. Qué herramientas online utiliza para conocer a su cliente?                                                                                                     |
| 11. En esta agencia de publicidad, cual es la especialidad en materia de marketing digital?<br>Cuales son algunos de sus clientes, inversiones y casos de éxito    |
| 12. Cómo maneja la agencia el concepto del mail marketing? Que aplicaciones conoce? Cuales maneja?                                                                 |
| 13.Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? Como se generan visitas? como se crea un posicionamiento en la red?                            |
| 14. Cuáles aplicaciones utilizan de la web 2.0 (Banners, Adserver, Wiki, Pod Cast, widget, Redes Sociales, Blog/Weblogs, RSS/XML)? Especifique                     |
| 15. Cuáles son los pasos para iniciar una estrategia publicitaria por medio de social media?                                                                       |
| 16. Cuanto es el volumen de inversión en las herramientas online?                                                                                                  |
| 17. Qué práctica tiene para la protección de datos de sus clientes por internet?                                                                                   |
| 18. Cuenta con algún apoyo externo o asesoría para el desarrollo de las herramientas online antes mencionadas?                                                     |
| 19. Realiza seguimiento a sus campañas digitales? De qué forma lo hace?                                                                                            |
| 20. Qué ventajas y desventajas encuentra al utilizar herramientas online en sus estrategias publicitarias?                                                         |

## Anexo 4 – Centrales de Medios

| PREGUNTAS PARA CENTRALES DE MEDIOS                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ¿Cuál es el nombre de la agencia? ¿Hace parte de alguna organización más grande?                                                                                                                                                             |
| 2. Cuáles son los productos o servicios que ofrece la Central?                                                                                                                                                                                  |
| 3. ¿Cuál es su cargo dentro de la organización? Haga por favor una breve descripción de sus responsabilidades y funciones                                                                                                                       |
| 4. Describa el posicionamiento actual de la compañía dentro de la industria publicitaria (tiempo en el mercado, breve reseña)                                                                                                                   |
| 5. Cuáles Agencias Publicitarias tienen establecidos convenios, alianzas o negocios con ustedes? Mencione algunas                                                                                                                               |
| 6. ¿Cuáles son los objetivos estratégicos de la compañía? (Planes a mediano y largo plazo)                                                                                                                                                      |
| 7. ¿Cuál es el factor diferenciador más importante de su compañía frente a las demás Agencias o Centrales de Medios de la industria?                                                                                                            |
| 8. ¿Cuál es el mercado objetivo de la Central de Medios? Mencione algunos de sus clientes y el sector económico al que pertenecen.                                                                                                              |
| 9. ¿De sus clientes actuales podría usted estimar el presupuesto anual que éstos destinan para publicidad y que están ustedes controlando? Detalle dos o tres casos específicos de alto presupuesto y de igual manera algunos clientes menores. |
| 10. ¿Cuáles son los medios actualmente explotados por la agencia? ¿Cuál es el preferido por sus clientes? ¿Cuál es para usted el más efectivo?                                                                                                  |
| 11. ¿Qué piezas publicitarias manejan normalmente                                                                                                                                                                                               |
| 12. ¿Hace cuánto tiempo incursionó la Central en el manejo de medios digitales?                                                                                                                                                                 |
| 13. ¿Qué acontecimiento(s) o entorno(s) llevaron a la incursión en medios digitales?                                                                                                                                                            |
| 14. Dentro de su estructura organizacional ¿cuenta la Central con un Departamento especializado en Medios Digitales? ¿Cuenta con algún tipo de apoyo externo?                                                                                   |
| 15. ¿Utiliza esta Central Medios Digitales para promocionar sus propios servicios? ¿Cuál es la presencia "en línea" propia y de su competencia?                                                                                                 |
| 16. ¿Sus clientes cuentan con presencia "en línea"? De ser así, ¿ha esto sido gracias a la gestión realizada por ustedes, o ha sido a través de otras agencias o de forma directa?                                                              |
| 17. ¿Utilizan ustedes algún medio digital para conocimiento de sus clientes?                                                                                                                                                                    |
| 18. Teniendo precisamente en cuenta la influencia que los medios digitales tienen actualmente en la decisión de compra, ¿sugieren ustedes en primera instancia la utilización de estos medios a sus clientes y de qué forma?                    |
| 19. ¿Qué herramientas o modalidades son utilizadas por ustedes en Medios Digitales?                                                                                                                                                             |
| 20. De las herramientas utilizadas por ustedes dentro de los Medios Digitales, ¿cuál representa más efectividad? ¿Cuál es más rentable?                                                                                                         |
| 21. ¿Qué métodos de control conoce usted o utiliza para la medición de la efectividad de los canales digitales anteriormente mencionados, en caso de que sea responsabilidad de la Agencia llevar esta estadística?                             |
| 22. Específicamente hablando de Redes Sociales, explique para usted qué importancia se está dando a las mismas en la industria publicitaria actualmente y en su caso qué tanto influyen en los negocios                                         |
| 23. ¿Cuentan sus clientes con la figura del Community Manager? ¿Realizan ustedes de alguna forma esta tarea por ellos? ¿Quién dentro de la Central maneja lo relacionado con Redes Sociales?                                                    |
| 24. ¿Qué estrategias sigue su Central de Medios para mantenerse actualizada en cuanto a las últimas tendencias o innovaciones en la industria?                                                                                                  |
| 25. ¿Qué ventajas y desventajas encuentra al utilizar herramientas de mercadeo digital en línea en un Plan de Mercadeo? ¿Puede ponerlo en el contexto de sus clientes y/o mercado objetivo?                                                     |
| 26. ¿En qué casos es recomendable o no utilizar una estrategia de mercado online?                                                                                                                                                               |
| 27. ¿Considera usted que una estrategia de mercadeo digital debe ir acompañada de una estrategia de mercadeo "tradicional" o viceversa? Explique                                                                                                |
| 28. ¿De qué forma considera usted que las Centrales de Medios deben afrontar el Boom de los medios digitales (en caso de no haber incursionado propiamente en ellos)?                                                                           |
| 29. Enumere algunas de las principales oportunidades que su negocio puede ver con el uso de medios digitales. Así mismo mencione las amenazas que éstos pueden representar.                                                                     |
| 30. ¿Cuál o cuáles considera usted como los mayores retos para los Directores o Gerentes de Mercadeo en la actualidad, basado en lo que hemos venido hablando relacionado con los medios digitales?                                             |

## Anexo 5 – Resultados de las entrevistas

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                       | LG                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | C&C                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Decora Visual                                                                                                                                                                                                                                                                         | Unilever                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                          | Yo trabajo en Ennova es una empresa digital y trabaja aquí hace dos años, he cambiado de cargo hace varias veces pero en este momento soy ejecutiva de cuenta de LG electronics, entonces trabajo desde allá.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Cifras y conceptos es una empresa de consultoría e investigación que ofrece varios servicios, estudios cuantitativos y cualitativos, como dije consultoría e investigación y también una parte logística regional, mi cargo en la empresa es coordinador de comunicaciones, aproximadamente llevo unos ocho meses                                                                                                                                                                                                                | Decora visual, es una empresa de productos decorativos y artes graficas, soy la Gerente la que hace la gestión de marketing y diseño                                                                                                                                                  | Director de Food Unilever Colombia, maneja Fruco, Knor, Rama, Maltena, maneja los medio y las estrategias digitales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 3. Dentro del Plan De Mercado de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercado digital?                                                              | Yo creo que de un año para acá LG se ha interesado mucho por la parte digital, precisamente porque su competencia también lo hace, nuestra competencia directa es Samsung y ellos siempre sacan campañas digitales muy buenas, precisamente por eso LG contrato una agencia digital que somos nosotros, para hacerles competencia y sacar la marca adelante                                                                                                                                                                       | En este momento estamos haciendo el desarrollo del nuevo plan de mercado y si vamos a tener una parte entre el plan de mercado que se dirija a esta sección, pero como te digo esta ahorita en plena planeación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Es la principal estrategia de mercado por costos y es muy efectiva mas que campañas en medios tradicionales, uno muchas veces no tienen que hacer nada aparte de crear un contenido interesante la bola se riega sola.                                                                | Hay una unidad grande con la que se hacen los eventos especiales, la planeación digital esta compuesta del tema de search media streaming, eventos como conciertos se lidera con la unidad de contenidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                | Para este año digitalmente estamos trabajando con todas la líneas especialmente en redes sociales porque es algo que nos ha funcionado mucho, entonces todas las aplicaciones que estamos haciendo en Ennova son netamente para redes sociales en este momento estamos trabajando la campaña sombrilla de este año que es "la vida es buena" del LG, en la que se hizo un micro sitio aparte, y se está manejando obviamente las redes sociales.                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Depende el publico objetivo, para nosotros los clientes son jóvenes, recién casados que están en el mundo digital. El objetivo principal es ganar seguidores y suscriptores.                                                                                                          | Realmente digital nos ayuda a encadenar las estrategias en media ATL.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                             | Manejamos todos los micro sitios de LG de cada línea, digamos de smart TV, de cineama 3D, de motion que es de lavadoras, de neveras, hace poquito hicimos una aplicación para neveras donde hicimos una alianza con Clu Colombia entonces era un concurso que u podas llenar cartas conveles te cabian al neveron con LG, y la persona se ganaba el neveron o otros premios. Básicamente nosotros manejamos lo que son campañas digitales micro sitios, aplicaciones, juegos y en este momento también manejamos la pagina de LG. | En este momento estamos usando un programa que se llama group mail, mas que todo para enviar correos masivos, con la nueva pagina web que estamos desarrollando la idea es ampliar un poco el tema, estábamos hablando un poco sobre aplicar un boletín electrónico, pero como te digo todavía estamos pensándolo a ver si el gerente lo aprueba. En el momento no estamos usando el registro de la pagina web para acercarnos a las personas que nos están visitando, el boletín electrónico como email marketing.              | Lo principal son las redes sociales, es indiscutibles, hay medios que están pegando mucho, ojala la pagina sea 2.0 donde puedan interactuar. Facebook, twitter, blogger, pagina web, listas de correos, YouTube, clicker.                                                             | Commscore es la herramienta con la que mido los tiempos de navegación, el comportamiento de los cibernautas en las paginas. Estudio sindicado para agencias de medios, BAK temas de recordación digital, tobby es la herramienta que nos ayuda a medir visibilidad cuando hay estrategias en display. Ibope todavía no desarrolla estos estudios.                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                | En Colombia muy poco porque si lo comparamos con otros países ellos hace una cosas absurdas en cuanto aplicaciones digitales, desarrollo, diseños que obviamente no se comparan con los de acá de Colombia, ya sea por costos, el tema de desarrollo e ingeniería. Entonces estamos un poquito quedados en el tema.                                                                                                                                                                                                               | Pues yo he visto empresas que están muy avanzadas en el tema y tienen muy claro como dirigirse a la gente, he recibido miles de boletines, y me inscribo a boletines de otras empresas para mirar que están haciendo seguramente habrá mucho que aprender, son empresas que hacen campañas muy exitosas a través de redes sociales, solamente esas marchas que se generan a través de las redes sociales ya es un motivo para pensar que se esta moviendo la cosa y hay que meterle mucho a esa área en Colombia y que se mueva. | Crear contenidos realmente interesantes, en internet esta pasando como a ignorarlo si no crea un contenido interesante la gente lo ignora.                                                                                                                                            | Los lugares y las estrategias hoy en dia son muy agresivos, la penetración digital han crecido bastante, el tema de 4g con line hace que sea fácil visibilidad paginas en Smart pones. A nivel de inversión publicitaria no hay un tracking que mida los banners etc., le toca a uno a trabajar en un escenario independiente de lo que esta haciendo la competencia. Tenemos un a persona que mira las impresiones y me reporta lo que esta haciendo la competencia. La industria no esta preparada para lo que esta pasando en el mercado. Toca ser muy cautelosos por planear en un escenario independiente. |
| 6. Influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                      | Mucho ellos ahorita en toda campaña que se saque en LG se tiene que meter digital, en toda. La parte digital es fundamental porque nuestro target es un target muy joven que manejan redes sociales por eso todo el mercado de estas campañas en cuanto herramientas tiene que tener el marketing digital                                                                                                                                                                                                                         | Si pues el internet es todo ahorita, creo que tienen que ver todo desde que estamos desarrollando al pagina web y a que todo que estamos planteando es marketing digital                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Lo que esta mas de moda es la creación de aplicaciones y juegos interactivos, la gente llega a la estrategia no obligado sino por gusto, i gente se engancha muy fácil, es lo mas avanzado que hay no solo hacer el trabajo de redes sociales sino tener interactividad con la gente. | Claro, año a año estamos revisando las inversiones y hacemos un calculo de acuerdo a la penetración del internet, cada vez la gente va a ser mas digital, debemos ser pioneros para tomar territorios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                               | Se maneja CRM, el tema de mailing, acá nosotros también nos encargamos de la esta parte de envían a al mes. Tenemos segmentación de la base de datos de nuestros clientes, de los que se inscriben por producto, los que llaman al call center y todo eso. Pero como tal al público que le lleguemos digitalmente la conexión que tenemos con redes sociales y la base de datos que tenemos acá interna                                                                                                                           | En la página web hay un sector donde le pedimos unos datos muy detallados para mirar que personas están interesadas y cuáles son los temas que les interesan saber respecto a la empresa. La idea es también que en la pagina web haiga un análisis muy detallado de las personas que nos están visitando con google analytics y revisar mas a fondo ese tema para saber quienes nos visitan, que es solo que buscan, que es lo que mas miran en la pagina web, quienes son las persona que nos contactan.                       | Si claro, en nuestro caso los clientes a los que mas llegamos son personas mas que todo mujeres 80% hombres 40% de 25 a 40 años de edad. Creación de entradas y contenidos en el blog, la gente comenta sugiere nuevos temas, en Facebook la gente pregunta mucho.                    | El web master es el que evalúa el SEO de la marca como tal y tenemos alianzas con google para evaluar nuestra pauta en search. Como tal nosotros no tenemos información más allá de los tráfico que nos genera la marca. No tenemos un tema de registro al ser un producto de consumo masivo. Nos interesa hacer un contacto directo masivo.                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 8. En el área de mercado hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | Claro, aparte de la agencia que somos nosotros, hay una persona que se encarga del marketing digital tal cual una. El es como nuestro lider acá, él es de LG directamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tenemos un área de cuentas y dentro del área de cuentas se esta desarrollando hace poco una coordinación de comunicaciones que esta en mi cargo y estamos desarrollando una parte de publicidad, nosotros hacemos muchos eventos, por ejemplo ahora estamos haciendo el seminario de ciencia política, el único que va haber este año y estamos llevando la publicidad desde afiches, piezas impresas, redes sociales, email, boletines, etc.                                                                                    | Nuestra empresa llega mas a clientes particulares, familias recién constituidas. Hemos trabajado con empresas grandes pero no son nuestro principal objetivo.                                                                                                                         | Yo soy el líder de mi marca, estoy apoyado por una unidad digital, una persona es el trafíc, hay un analista que ayuda a implementar el material, hay un director digital con eventos especiales, cosas que requieren una medición.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                          | Nosotros como agencia de hecho yo la manejo ahorita es una mis labores.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Es interno, una persona esta encargada de actualizar la pagina web y la idea es que sea diariamente, la pagina web que tenemos actualmente no permite mucho eso, pero la nueva página que vamos a estar subiendo a la web más o menos en dos meses ya tiene que ser con una administración diaria y la persona como te digo esta dentro de la empresa.                                                                                                                                                                           | Es interno la única asesoría externa No, la única asesoría que se ha tenido son a través de internet, pues es gratis.                                                                                                                                                                 | Para Unilever es interno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                            | Se envían 4 por mes, un mail por semana por que nosotros tenemos una plataforma con estados unidos que se llama e contact nosotros pagamos un dinero para que ellos nos abran pués, a los 300 mil envíos que tenemos al mes. Entonces la idea es hacer 4 envíos al mes por línea o según la promoción o campaña mensual. Acorde las líneas se segmentan el público al cual se dirige el mail.                                                                                                                                     | En este momento los envíos los estamos haciendo uno cada quince días<br>La base de datos se alimenta de todas partes desde visita a los clientes, todo el tiempo estamos recibiendo tarjetas y personas, pero eso si siempre se le pregunta al cliente si esta interesado en recibir la información, se hace con autorización, visitas a clientes, contactos telefónicos también. Aquí como somos una empresa de encuestas tenemos una base de datos muy amplia, entonces todo el tiempo se están alimentando                    | Pocas veces preferimos el uso de nuestro Blog y nosotros no revelamos bases de datos, si están públicos es por que los clientes lo publicaron por voluntad propia.                                                                                                                    | E mailing no se maneja pues es una estrategia mas de la empresa, se utiliza para concursos de acuerdo a la base de datos que entrega el cliente, se hace en el tema de venta al proveedor no el consumidor final.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 11. Cúales son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras? Qué medios de pago existen? | Nosotros no manejamos cart de diseño, por que el diseño viene desde corea y nosotros no podemos meternos con el diseño de la página, hay una estructura establecida para todas las partes del mundo, entonces allí dicen esta es la pagina administrada y ya. Nosotros lo que podemos hacer es jugar con las imágenes, con los banners, animados. La efectividad del sitio se dime por medio de una plataforma que manejamos nosotros que se llama omniture y esta plataforma nos permite medir los visitantes a                  | Pues tenemos en este momento un pagina que ya nos parece muy acertado, creo que en su momento funciona muy bien la idea de la nueva pagina web es que hay mucho menos texto, que invite mucho mas a la navegación, tendremos una sección mucho mas destacada para noticias, para que la gente pueda interactuar con nosotros, muy guiada también a las redes sociales<br>Para promocionarla en este momento le pedimos a todos.                                                                                                  | N/A                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                       | Nosotros estamos muy bien, las calificaciones las manejan y las mandan desde Corea en cuanto la parte digital de la página. Varias ocasiones hemos quedado de primeras en línea blanca que es neveras, lavadoras, microondas, en cuanto producto, campañas. Esta es la línea en la que más nos destacamos. Ellos minen la posición de Facebook, twitter, que la pagina y los productos estén al día actualizados. Que haya un buen ranking que tengamos buenos seguidores, que hagamos interacción con el público.                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Tenemos bastantes seguidores en facebook, lo hemos logrado a través de ellos productos que vendemos, se da marketing viral, la principal estrategia es no saturar a la gente con cosas que no quieren ver. No todo lo que uno genere sea con relación a promociones o a la empresa.   | Google analytics SEO, hay unos plug ins de google chrome que nos dice que tan bien esta la pagina para la categoría.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                             | LG                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | C&C                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Decora Visual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Unilever                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)? ¿Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | <p>empresa para generar la popularidad web?</p> <p>Nosotros en Ennova manejamos la parte de Google hay una empresa interna que se llama synergy que maneja todo la parte de Google y nosotros le damos todo el paquete a LG de ellos para que aparezcan, entonces ellos invierten digamos 10 millones en Google, puede ser en SEO SEM o Google ads lo que le ayuda mucho para el posicionamiento de marca. Allí salen nuestras Keywords nosotros pagamos salgan en Google</p>                          | <p>Las personas que nos están capacitando en el tema de marketing digital son personas que están muy metidas entre el marketing digital y que han tenido toda la experiencia, son las personas de la silla vacía, que tienen constantemente interacción con miles de usuarios y han generado un periodismo diferente en un portal, y han logrado moverse mucho más que medios impresos. Lo que estamos haciendo ahora es de pronto ayudarnos a guiarlos un poco de que identidad queremos transmitir de la firma en las redes y en el ámbito digital y como hacerlo, como guiar el nuevo diseño de la página web y cuáles son las mejores estrategias para llegar a las personas que nos interesan como clientes o personas que tengan que estar enterados de la realidad nacional o de las cifras que sacamos nosotros</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Depende del presupuesto de cada empresa, nosotros no gastamos en nada, hemos utilizado de todo, en Facebook el costo por click estaba en 50 pesos ahora está en 1500 pesos, la tasa de efectividad es muy baja.</p> <p>El google ads es más costoso que Facebook.</p> <p>Una estrategia puede ser mercado libre, hay muchos sitios de clasificados en internet que ayudan a aumentar el posicionamiento hay que ser inteligente para utilizar las herramientas gratuitas.</p> | <p>Google y Microsoft nos dan estrategias y compramos key words, nos tomamos territorios. Buscamos preparaciones que tengan nuestros productos, cuando la gente busque</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                        | <p>Hay una persona de Ennova que también está en nuestro equipo es un community manager, solo del LG, especializado en redes sociales, él está metido todo el día en Facebook twitter haciendo las campañas, está pendiente de los comentarios, entonces eso nos ha generado una buena interacción con el público dando respuestas oportunas</p>                                                                                                                                                       | <p>Lo importante en las redes sociales es que se defina la identidad de la firma y se trate de reflejar a través de las redes sociales, entonces la idea no es que lo manejen muchas personas. La red social de Cifras y conceptos la maneja una o dos personas dentro de la empresa, la red social que abrimos para el seminario que se va a realizar en septiembre lo maneja una persona solamente, en la red social de Cifras y Conceptos se publican más que todo noticias, fotos por que la gente se pega mucho a eso, videos, buscamos bastante interacción entre la gente y nosotros tratamos de responder inmediatamente a cualquier pregunta que tengan hasta el momento no es muy rentable para nosotros. Hasta el momento estamos realizando una especie de taller en todo este tema digital y hemos hablado sobre la posibilidad de generar un anuncio o algo así para que nos atraiga público interesado en nuestro mercado.</p> <p>Tenemos en este momento twitter, linked in y Facebook, en twitter tenemos el de cifras y el de Cesar Caballero que es una persona muy conocida a nivel nacional y al trabajo.</p> <p>Creo que ventajas son todas, ahora la gente está muy pegada al correo electrónico, incluso uno se da cuenta que es más fácil llegar a una persona por medio de correo electrónico que por teléfono, las respuestas son más rápidas, llegar a los clientes es mucho más fácil con boletines y correos, eso es muy bueno. La gente lo primero que hacen cuando les habla de una empresa lo primero que hacen es visitar la página web, por eso es muy importante tener una página muy bien estructurada y que con solo con el primer pantallazo ya te de una idea de lo que es la empresa y que te transmita la serie de lo que te quiere transmitir cada empresa</p> | <p>Mes a mes hacemos campañas en Facebook con la proporción del mes o alguna fecha especial, miramos la competencia pero hace rato que no lo hacemos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Claro tenemos una base social que nos permite viralizar campañas, todas las marcas tienen fan page, compramos pauta con fox, Facebook y demás, la agencia creativa diseña los add words, para nosotros es un importante este tema de las redes sociales. No es complicado no demorará más de 20 minutos y ganas clicks y fans.</p>                                                                                                                                                                                                                                          |
| 15. Cuáles considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                        | <p>Ventajas yo creo que la más importante es que ahorita el mundo digital se está moviendo mucho. Un 80% está en este mundo, todo el mundo tiene que ver con internet, todo el mundo entra a buscar a internet, una estrategia de marketing si la parte digital estaría vacía.</p> <p>Una de las desventajas que nosotros tenemos acá es que no le llegamos a todo el público que queremos abarcar, porque la gente de un target de más de 30 años o 40 años no se mete a internet a buscar cosas.</p> | <p>Creo que ventajas son todas, ahora la gente está muy pegada al correo electrónico, incluso uno se da cuenta que es más fácil llegar a una persona por medio de correo electrónico que por teléfono, las respuestas son más rápidas, llegar a los clientes es mucho más fácil con boletines y correos, eso es muy bueno. La gente lo primero que hacen cuando les habla de una empresa lo primero que hacen es visitar la página web, por eso es muy importante tener una página muy bien estructurada y que con solo con el primer pantallazo ya te de una idea de lo que es la empresa y que te transmita la serie de lo que te quiere transmitir cada empresa</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Ventajas: La principal es el factor costo, cuando se usa una estrategia d de mercadeo tradicional el costo es alto y la tasa es baja, no genera tanta recordación y lo hace costoso.</p> <p>Desventajas: estamos excluyendo personas que no están en la era digital, con el marketing tradicional si se llega a estas personas. No todas las personas manejan las herramientas online, internet, buscadores etc.</p>                                                          | <p>Ventajas: cada vez todo está girando en torno a lo digital, todo tiene códigos key bar e integración con las fan page.</p> <p>Los análisis son muy pobres sobre add server, los análisis se hacen para ver como está impactando a los clientes, el tema de medir el impacto es complicado, en Colombia es muy enredado hasta ahora estamos comenzando, por ejemplo Chile mide cada página. A través de digital es que nosotros desarrollamos las estrategias de convocatoria y premiación.</p> <p>Es mucho más económico, con poco dinero se pueden hacer muchas cosas.</p> |

|            |                                                                                                                                                                 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo 1 | Proponer un catalogo de uso de las principales aplicaciones y herramientas disponibles para E marketing resaltando utilidades, beneficios y forma de utilizarse |
| Objetivo 2 | Clases de aplicaciones que se deberían utilizar y que hoy se aplican en las estrategias de marketing digital                                                    |
| Objetivo 3 | Describir la funcionalidad de las principales aplicaciones de e marketing en los planes tradicionales de mercadeo                                               |
| Objetivo 4 | Indagar por la forma practica y útil de combinar las herramientas de e marketing en el mundo de mercadeo actual                                                 |
| Objetivo 5 |                                                                                                                                                                 |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                       | Cofrem                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | AREA 52 (JUAN VALDEZ)                                                                                                                                                                                                                                                               | MARIO HERNANDEZ                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INGENIERÍA SANITARIA Y AMBIENTAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                          | Bueno, Cofrem es una caja de compensación familiar. Es la caja de compensación familiar regional del Meta como el mismo nombre lo dice y se encarga de ofrecer además de diferentes servicios toda la parte de la cobertura del bienestar social como tal de los empleados (educación, retribución monetaria para las familias) y eso hace parte de la gama de servicios que en este momento Cofrem a certificado en 7 bases principales y básicamente esto es cofrem<br>Yo so la administradora de redes sociales estoy encargada de manejar toda la parte no solamente de la plataforma web como tal de la pagina de cofrem si no también manejar y administrar los contenidos y toda la información que se maneja diariamente y constantemente en las redes sociales, principalmente Facebook y twitter. Llevo en mi cargo 7 meses, es un cargo nuevo. | Área 52 es una agencia de mercadeo experiencia dando soluciones 360 a nuestros clientes, soy director en proyectos de btl y digitales llevo 2 meses desarrollando proyectos para esta agencia, trabajando la cuenta Juan Valdez en propuestas de posicionamiento en edades jóvenes. | Mario Hernández es una empresa de manufactura dedicada a la producción de artículos de lujo en cuero y otros materiales. Con base en Bogotá, Colombia, cuenta con representación en 7 países de América y venta global a través de su tienda virtual. Consultor en e-commerce e-marketing por 2 años. | Gerente nacional de la asociación colombiana de ingeniería sanitaria y ambiental. Es una ONG que agrupa empresas de servicios públicos, industrias del sector de aguas, saneamiento y ambiente, laboratorios y profesionales. Es una entidad sin ánimo de lucro que le sirve a los afiliados para gestionar ante el gobierno normas, permite la revisión de documentos y además gestiona capacitaciones. Llevo tres años en el cargo. |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                            | Acá la parte del manejo de la parte digital es nueva, empecé a partir de este año y se hacen análisis del tipo de servicios a fortalecer a través de redes sociales entonces practicante ese es el manejo de marketing y mercadeo que se manejan alrededor de los servicios que presta la caja de compensación familiar y que se manejan dentro de la plataforma digital                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | En el plan de mercadeo de mi cliente incluye un presupuesto para todo el tema digital, fragmentándolo en las diferentes divisiones de la marca.                                                                                                                                     | si                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Existe un área de servicios digitales, en donde algunos servicios están contratados con terceros y otros se realizan desde el interior de la empresa porque son puntos de mayor enfoque para los afiliados.                                                                                                                                                                                                                           |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                | El plan de mercadeo lo maneja el área de mercadeo, la parte digital maneja el área de publicidad, pues porque se cree que es mas fácil de esta manera pero se tiene relación con toda la parte comercial, no solamente mercadeo si no que esta unificado con toda la parte comercial de cofrem.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Se destina un buen porcentaje en digital, en los campos que manejo ( estimado un 20 a 45 por ciento)                                                                                                                                                                                | La estrategia esta conceptualizada dentro de un marco global, bajo una sola sombrilla para difundir en canales de venta e-commerce. Mediante ATL, BTL, CMR, internet. (Redes sociales portales, blogs moda, medios masivos.)                                                                          | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                             | Pues como tal marketing digital inicio en cofrem a través de la plataforma virtual este año, entonces se ha manejado mas como una cuestión de inicio, de empezar a ver que consulta la gente, que es lo que mas preguntan, así mismo se acomoda esta información                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Redes sociales( FB, TW, Foursquare), apps móviles.                                                                                                                                                                                                                                  | Facebook, Google Adwords, Pauta online por CPM.                                                                                                                                                                                                                                                       | La página web es de gran importancia para la empresa, al igual que el sistema de correos que se envían a los afiliados (boletines). Respecto a redes sociales podemos afirmar que empecé como una iniciativa de uno de nuestros ingeniero y actualmente estamos experimentando cual es el nivel de impacto de este medio.                                                                                                             |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                | Cofrem como lo podemos ver se abrieron las redes en diciembre del año pasado pero hasta enero se abrió como tal mi cargo entonces se puede decir que cpofrem lleva en las redes seis meses.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | En Colombia todas las empresas no han potencializado el mercadeo digital, para la capacidad que tenemos aun falta mucho                                                                                                                                                             | Nivel medio                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Es muy avanzada, hoy en día todo el mundo tiene acceso al mundo digital y por lo tanto el nivel de impacto es muy alto.                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 6. Influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                      | Bueno pues hasta el momento como en este tema te tocaría consultar con la parte de mercadeo porque nosotros en publicidad no lo elaboramos, pero ellos nos envían los requerimientos de acuerdo a lo que esa área esta haciendo de estudio de mercadeo y toda esa cuestión es lo que se debe publicar a través de los medios y en la pagina web como sitio oficial de la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Según el target que queremos enfocarnos, sí.                                                                                                                                                                                                                                        | si                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | No es que el internet influya en nuestro plan de mercadeo sino que hace parte de él, de hecho, el internet resulta ser un aliado muy importante para llegar a nuestros afiliados.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                               | Si utilizamos herramientas online que sobre todo son las herramientas multimedia que nos permiten también saber que es lo que la gente necesita, que es lo que les interesa, como los gustos e identificar las diferentes características de la población a la cual se dirige cofrem que va desde los niños, los adultos, las familias entonces a partir de eso empezamos a crear unos perfiles de información acerca de lo que ellos necesitan saber                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Estadísticas de nuestra web, estadísticas de nuestras redes sociales, gustos y afinidades de nuestros grupos sociales.                                                                                                                                                              | Si. Facebook, Twitter, Youtube, reportes de cliente en Magento, MailList Controller.                                                                                                                                                                                                                  | La página web representa un canal vital de comunicación entre la organización y los afiliados. Como se mencionaba anteriormente, la empresa esta incursionando en el tema de redes sociales y aunque se sabe que hay una gran cantidad de seguidores, todavía no es la prioridad de la organización. Adicionalmente, diariamente la empresa envía información a sus afiliados a través del "Acodario".                                |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                    | En el área de publicidad en el caso de cofrem sí, que es mi cargo, es específicamente administradora de redes sociales y me dedico a toda la parte del internet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Agencias que manejan los temas.                                                                                                                                                                                                                                                     | si                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Esas tareas se asignan a terceros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                          | Bueno el creador de la pagina fue una empresa externa hasta hace como un mes que ya se entregó a cofrem mas sin embargo todavía siguen haciendo un acompañamiento porque la pagina es un poco compleja entonces estamos en el proceso de adaptación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | La pagina web se maneja externamente por una agencia                                                                                                                                                                                                                                | Externo.                                                                                                                                                                                                                                                                                              | El diseño va por cuenta terceros, pero la actualización de la información y el control de los componentes de la web si los manejamos internamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                            | Si, acá cofrem maneja una estructura cerrada en cuanto al manejo del correo electrónico, entonces es una difusión privada entre todos lo empleados que esta vinculado acá.<br>Se usa todo el tiempo, es constante. Es mas, el manejo entre empleados y trabajadores es con el correo de la empresa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Email corporativos el mailing no es una herramienta bien vista para la marca, el contacto lo realizamos por las redes sociales.G1                                                                                                                                                   | Si. Envío de correos masivos a nuestra BD segmentada por países en Colombia, Venezuela, México y USA. En promedio es una vez por semana.                                                                                                                                                              | Acodario, que es un boletín informativo que se envía diariamente. En este boletín los afiliados podrán encontrar información sobre asuntos de interés para ellos (nuevas leyes, regulaciones, etc.). Además este boletín representa un vínculo muy importante para que los afiliados se enteren de las nuevas licitaciones del sector.                                                                                                |
| 11. Cúales son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras? Qué medios de pago existen? | Bueno como nosotros somos una caja que esta sujeta a la vigilancia de la superintendencia, nosotros no podemos ofrecer servicios por la pagina web. Osea, toda la parte comercial, de eso se encarga el área de crédito. Entonces en la pagina solo se brinda información de servicios mas no los vendemos. Esta empresa es muy vigilada y supervisada. Como esta diseñada? Bueno como ustedes la ven es una pagina muy accesible, tiene una imagen agradable familiar, no es complicada de manejar, es fácil de entender, tiene todas sus divisiones muy bien distribuidas. la información que necesita la gente perfectamente la                                                                                                                                                                                                                        | el diseño tiene las normativas de la marca, ambiente cafetero, pero organizado, el site es más informativo, no de ventas el core de la marca es en puntos de venta, no en web.                                                                                                      | Tenemos un sitio web de venta online implementado en Magento respondiendo a las buenas prácticas internacionales del diseño web para experiencia de usuario de fácil entendimiento. Como medios de pago tenemos PlaceToPay para Colombia y PayPal para el resto del mundo.                            | El contenido es muy importante en la página web, la información debe ser clara y concisa. La actualización de la plataforma se hace cada año y cuesta alrededor de \$6.000.000 pesos colombianos.                                                                                                                                                                                                                                     |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                       | Se mide a través de visitas, de interacciones, en el caso de las redes también se mide igualmente por interacciones, por nivel no solamente de crecimiento porque para nosotros no es importante que nos maneje mucha gente si no que realmente las personas le encuentren utilidad a las redes sociales de Cofrem. Eso se hace a partir de que nos pregunten, de que consulten, de que se generen inquietudes y de que además de eso se vea que hay aceptación de los servicios que ofrece cofrem como tal, que se genere esa imagen de que cofrem no solo es para las familias, de que no solo es para subsidio monetario si no que tiene muchas otras cosas, muchos otros servicios y que la gente los conozca                                                                                                                                         | Es manejado estos temas por otras agencias.                                                                                                                                                                                                                                         | Número de registros nuevos en la BD de clientes.<br>Incremento de ventas.<br>Incremento de conversión.<br>Número de retweets.<br>Incremento de Likers en Facebook.                                                                                                                                    | Todavía no medimos el posicionamiento de la web.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                              | Cofrem                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | AREA 52 (JUAN VALDEZ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | MARIO HERNANDEZ                                                                                                                                                                                                                                                                       | ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE INGENIERIA SANITARIA Y AMBIENTAL                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? ¿Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)? ¿Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | En cuanto a estrategias de comunicación en los buscadores creo que es el uso de directorios web, el direccionamiento de la página principal. Los parámetros de medición los hace la empresa que hizo la parte de la estructura y todo, que es de Movilvo y se llama Parquesoft. Esta empresa se encarga de toda la parte de medición. El método de Cofrem en una parte muy importante. Debido a que nos hemos dado cuenta que se tiene la necesidad de montar un espacio virtual, se motivó a entrar en funcionamiento, a abrir estos canales a la población en general porque realmente la oferta y la demanda que se genera a través de la plataforma virtual es muy amplia entonces a partir de ver la aceptación y de ver que las cosas están saliendo realmente bien la gente nos pregunta mucho. Entonces se han creado también muchas cosas como generar popularidad a través de actividades y estrategias, una de ellas es que Cofrem cada dos meses está generando concursos, actividades, está generando esa motivación a que no es solo seguir la información sino que también hay cupos para ofrecer, para regalar, en este momento estamos con la estrategia de nuestro seguidor número mil en Twitter y se tiene una sorpresa para esa persona, entonces hay muchas cosas que se tienen ahí planteadas también para generar conocimientos sobre Cofrem. | La marca Juan Valdez tiene un reconocimiento a nivel nacional muy alto e internacional por la Federación de Cafeteros, se que están aplicando SEO y SEM. Generamos flujo a la red por redes sociales, es la herramienta más usada por la compañía                                                                                                                                                                                                                                                 | Google Adwords. (Campañas – Anuncios – Palabras Clave). Unique Visitors, Bounce Rate y CTR. Para incrementar la popularidad web invertimos en pauta online y campañas de anuncios CPC, así como estrategia de envío de correos masivos a la BD segmentada.                            | Esas tareas se asignan a terceros.                                                                                                                                                                            |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecuta? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                          | Las estamos utilizando, desde enero que llegue yo, estamos utilizando como lo dije anteriormente Facebook y Twitter, de las redes sociales me encargo yo, lo ejecuto como describí anteriormente a través de estrategias de publicidad y mercadeo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Si, la herramienta de redes sociales es una de las principales ya que el target tiene una alta participación en el medio y sus comentarios y opiniones ayudan a dar notoriedad al producto, el crecimiento se ve en apoyo a las aplicaciones que generamos y por los Facebook ads que ponemos para dar un incremento de seguidores y poder masificar los mensajes que queremos comunicar, la información es centralizada por el cliente y manejada por las agencias según las campañas generadas. | Si. Es un punto importante de comunicación con los clientes y tenemos una persona parcialmente ocupada en dar respuesta y promover todo tipo de contacto con nuestros clientes. Las redes sociales las maneja la persona encargada de la página web.                                  | El uso de las redes sociales es relativamente nuevo, como se mencionaba antes, es una iniciativa de uno de nuestros ingenieros, sin embargo todavía no hay una estrategia definida para el uso de este medio. |
| 15. Cuáles considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                         | La ventaja es que el medio virtual es muy accesible, yo creo que casi todo el mundo hoy en día tiene la oportunidad de acceder a Internet que le permite a la gente acercarse a la gente a lo que creen que es más alejado entonces es una gran ventaja porque nos acerca a nuestros usuarios una primaria y una desventaja yo creo que es que como es tan amplio es difícil de manejar el marketing digital. Pues nosotros no lo manejamos todavía pero yo creo que el día de mañana que se tenga que hacer será más difícil por el manejo del público porque será mucha gente la que se tenga pendiente de lo que maneja Cofrem en la parte digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Ventaja es de bajo costo y es más fácil de direccionarlo. Desventaja es muy riesgoso en el tema de comentarios del público, las marcas son vulnerables a malos comentarios y desmentir la marca, una mala campaña puede afectar a el cliente por el voz a vos de las redes.                                                                                                                                                                                                                       | Ventajas:<br>Bajos costos fijos para la organización.<br>Alcance global.<br>Precisión en métricas.<br>Posibilidad de rastreo.<br>Contacto personalizado con los clientes.<br>Contacto por afinidades.<br><br>Desventajas:<br>Exposición a la crítica pública.<br>Convertirse en Spam. | La principal ventaja se ve reflejada en los costos además la tercerización de algunas tareas de marketing digital representan además de una carga operativa menos.                                            |

|            |
|------------|
| Objetivo 1 |
| Objetivo 2 |
| Objetivo 3 |
| Objetivo 4 |
| Objetivo 5 |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                        | CODENSA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | MICOTOX                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | CONGRUPO S.A                                                                                                                                                        | DIAGEO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                           | El cargo es la subgerencia de mercadeo y desarrollo comercial en Codensa, manejo 4 líneas de negocio en materia de mercadeo y sobre todo el manejo de clientes empresariales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Micotox Limitada es una empresa altamente técnica, dedicada de manera integral al monitoreo y control de las mico toxinas en productos y materias primas destinadas al consumo humano y animal. Su experiencia le permite asesorar a los usuarios y clientes en aspectos que van desde información general sobre las mico toxinas y su impacto en los sistemas productivos hasta la estandarización de técnicas analíticas y/o la prestación de servicios analíticos.<br>Mi cargo es el de Gerente general (el cual he desempeñado por 15 años) y mi principal función es el de dirigir y enfocar los esfuerzos en la mejora de la empresa a través de sus dos áreas específicas: el área de comercialización de productos y el área de servicios analíticos a terceros. | Congrupto S.A produce y comercializa producto de consumo masivo en Colombia. Soy Gerente de marca para HEINZ y CAMPBELL'S en Colombia.                              | La palabra Diageo viene del latín día para día y el griego geo para mundo, lo que para la compañía significa "Todos los días, en todas partes, las personas celebran con nuestras marcas". Diageo es la empresa líder en el negocio de licores Premium, con una excepcional colección de bebidas entre las cuales se encuentran los Espirituosos y Licores, Vinos, y Cervezas. Dentro de estos, se encuentran marcas mundialmente posicionadas como: Johnnie Walker, Buchanan's, Tequila Don Julio, Tequila José Cuervo, Ciroc, Smirnoff, Tanqueray, Guinness, Baileys, J&B, Captain Morgan, Crown Royal, Beaulieu Vineyard, vinos Sterling Vineyards, y whiskey irlandés Bushmills.<br><br>Actualmente Trade Marketing del canal de Supermercados a nivel Nacional de Diageo Colombia, distribuidora y productora de licores en 180 países del mundo. 2 años en el cargo.<br>Enfoque en liderazgo y desarrollo de equipos comerciales con experiencia en desarrollo de capacidades comerciales de vendedores y supervisores en consumo masivo. |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                             | Es muy importante resaltar que una estrategia global de mercadeo debe tener un plan de marketing digital. Así las cosas, en esta empresa se manejan estrategias online y offline para llegar a cada uno de los clientes que tiene la empresa. De igual manera cabe resaltar que todas las estrategias se llevan a cabo dependiendo del conocimiento que se tenga del cliente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | No, no tenemos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | No                                                                                                                                                                  | No. Cada marca plantea una estrategia de marketing donde mercadeo digital es uno de los canales de comunicación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                 | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Nuestro plan de mercadeo se ha enfocado en la conservación de nuestros actuales clientes mediante la mejora de nuestros servicios. Hemos propuesto también, la atracción de otros nuevos clientes del sector alimenticio tratando de evitar la presencia intermediarios entre nuestra empresa y ellos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | El plan de mercadeo se debe hacer mensual por marca y por línea. Especificando las actividades y promociones por canal, así como innovaciones y campañas de medios. | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para la elaboración marketing digital en su empresa?                                                                           | En esta organización usamos algunas técnicas como el envío de boletines informativos a los clientes. Sin embargo cabe resaltar que muchas otras técnicas se aplican dependiendo del grupo objetivo, por ejemplo, en esta empresa hay una política de no usar Twitter como herramienta del marketing digital, pues consideramos que para algunos grupos objetivos este medio no genera ningún tipo de valor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Ninguno en particular. Nuestro mercadeo digital está basado en el envío de mensajes electrónicos y la actualización de la página web.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Solo se manejan las principales redes sociales dependiendo de la marca.                                                                                             | e-mail marketing, Facebook, publicidad online.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                 | El marketing digital esta muy avanzado en el país, sin embargo existe una barrera cultural que todavía representa el obstáculo mas importante para que esta era se posicione de una vez por todas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | No se ha logrado mayor avance.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Bajo desarrollo ya que la parte digital se maneja desde las casas matrices, en Colombia aun no están bien desarrolladas para las marcas.                            | Esta avanzada, sin embargo todavía queda muchas técnicas por explotar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 6. Influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                       | El internet no es más que un medio, obviamente representa una ventaja competitiva y otorga muchas facilidades solo si se usa correctamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Influye en el sentido que internet es una fuente de información que nos mantiene al tanto de los pasos y metas de nuestros clientes, así como también de los movimientos de nuestra competencia lo que nos permite hacer estimaciones y propuesta de mercadeo acorde a la nueva situación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | No                                                                                                                                                                  | Si, el internet es un canal que afecta a todo el plan de mercadeo en general.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cuáles?                                                                                                                | Sin lugar a dudas el conocimiento del cliente es el principal determinante para establecer una técnica de marketing digital. Cada método tiene sus propias ventajas y desventajas por es muy importante saber que necesita el cliente y como se puede satisfacer esa necesidad. Por ejemplo, recientemente en esta organización y en particular en el sector de clientes empresariales, se determino que había que crear una red social exclusivamente para el sector eléctrico (electricistas, diseñadores, ingenieros eléctricos, etc.) llamada "Lukinorma". Esta red social permite estar en contacto con este tipo de clientes y representa una canal de comunicación directo confiable y muy efectivo. Así mismo, es importante recordar que la creación de este medio solo fue posible | Pues ninguna en particular más que la navegación en sus páginas web y la averiguación de sus pasos comerciales y científicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | No                                                                                                                                                                  | Facebook y redes sociales intervienen fuertemente en la interacción con los consumidores donde se cuenta abiertamente experiencias de marca y eventos para participar. Ver LA PRACTICA DE TU VIDA CON JOSE CUERVO EN Facebook.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | Existe un trabajo mixto. Es decir que algunas tareas del marketing las hace la propia compañía y otras están subcontratadas. Dentro de la empresa hay personas enfocadas más a nivel estratégico de temas digitales y en algunos casos particulares tenemos un community manager, pero también tenemos un contrato con una agencia digital que se encarga desde la actualización de los contenidos en portales, contenido para boletines hasta desarrollos a la medida.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | No. Es una tarea conjunta entre las diferentes direcciones (dirección administrativa y de laboratorio)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | No                                                                                                                                                                  | No, cada marca hace sus contactos a las empresas de mercadeo digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                           | Como bien se mencionaba en la respuesta anterior, el trabajo se divide pero no se especifica como.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Interno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Externo                                                                                                                                                             | Externo, agencias como Leo Burnett o ON Brand manejan todo el dominio de las paginas de las marcas en términos de redes sociales. En términos de dominio interno, Diageo maneja todo centralizado desde Londres.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                             | En primer lugar es importante destacar que hay un problema con las bases de datos acá en Colombia y es que usualmente se le da un muy mal uso, muchas veces llega información al correo que no se solicitó y eso genera mucha desconfianza por todos los demás correos. Por otro lado, nuestro sistema correos se caracteriza por tener utilidad y calidad en la información y porque somos transparentes a la hora pedir permiso a los usuarios para usar sus datos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | No                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | No. Personalmente no creo que este método sea eficiente, pues es bastante invasivo y no genera interacción con el consumidor.                                       | Depende la campaña. Normalmente se usan en Dic y Jun (navidad y padres) pues son las temporadas mas importantes. Sin embargo, a través de las tarjetas de puntos de supermercados se hacen comunicaciones electrónicas. Estas son aproximadamente 1 vez al mes comunicando ofertas especiales. (ver correo anexo)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 11. Cuáles son los factores claves de diseño para su sitio web. Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen? | Se podría decir que lo más importante es la identificación y análisis de información de las zonas calientes. Se estructura un formato con un cabezote, noticias principales y una parte de "contactenos".                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | en cuanto al tema de las micotoxinas así como mostrar cómo estaba dividida nuestra empresa buscando cubrir los aspectos clave en el manejo de dichas toxinas en la cadena alimenticia desde el empaquetado desde la producción y venta de productos hasta la prestación de servicios analíticos.<br>Por ser un sitio web meramente informativo (no soporta transacciones comerciales), la efectividad se mide con el contacto realizado por terceras partes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | No se hacen transacciones por la pagina web                                                                                                                         | Info no disponible                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                        | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | No se mide el posicionamiento de la empresa en la web.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | No medimos el posicionamiento de la web.                                                                                                                            | Info no disponible                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                            | CODENSA                                                                                                                                                                                                                                                                                         | MICOTOX                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | CONGRUPO S.A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | DIAGEO                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referrers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)?Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | Tenemos diferentes mecanismos de medición como Google Analytics porque es la herramienta estándar que existe actualmente, es muy fácil de usar y es efectiva.                                                                                                                                   | No tenemos en particular ninguna estrategia de comunicación ni ningún parámetro de medición específico. La popularidad de la web se genera por la invitación directa a potenciales clientes a ingresar a nuestra página web.                                                                                                                                                                                                                                                                       | La verdad aunque se debería no se pone atención a la página web.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Info no disponible                                                                                                   |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                       | Codensa usa Twitter pero depende de cada unidad de negocio. Por ejemplo, en el sector empresarial la empresa no tiene participación en Twitter pero si tenemos una red social creada por nosotros y centrada en este tipo de cliente.                                                           | No, no hacemos uso de las redes sociales. Al ser nuestra empresa una empresa tan especializada, no hemos estimado necesario la creación de un perfil social. Sin embargo, dados nuestros nuevos proyectos de investigación y desarrollo, vale la pena estudiar nuevamente esta opción.                                                                                                                                                                                                             | Se manejan las principales redes sociales y son manejadas por un externo, se publica contenido diariamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Depende de cada campaña y de cada producto.                                                                          |
| 15. Cuáles considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                       | El marketing digital resulta ser un medio que con pocos recursos se puede generar un gran impacto. Sin embargo, en Colombia hay una barrera cultural que impide que el marketing digital se posicione. Por otro, los medios que otorga el marketing digital permiten llegar a mas personas pero | Pues la gran ventaja es la posibilidad de localizar a un público mundial con un esfuerzo mínimo y sumamente económico. De hecho uno de nuestros principales clientes internacionales nos encontró a través de nuestra página web. Y la desventaja es la dependencia al mundo virtual, en particular a las redes sociales y en el caso del uso del por correo electrónico es la posibilidad de que el mensaje de la empresa, sea visto por potenciales clientes como Spam, fishing o correo basura. | Desventajas: en Colombia aún no es tan claro la parte digital, las personas siguen viendo esto como un medio tradicional de comunicación y lo utilizan como publicidad tradicional (revistas e impresos) con banners y correos. Como si el medio tuviera la fuerza para llegarle al consumidor. Creo que es todo lo contrario, en este medio el consumidor lleva la delantera y el escape que publicidad le llega o no. La única forma de tener medios digitales eficientes es creando una interacción directa con el consumidor, ofreciendo contenido de interés y funcionalidades que lo atraigan y nose sienta invadido en su espacio y llegue a coger fastidio hacia la marca, hay que respetar los espacios del consumidor en este medio.<br>Ventajas: Una vez entendido el medio y como funciona es una excelente herramienta para las marcas que genera lealtad y relación directa con el consumidor. Pues es el consumidor el que busca lo que para él es relevante de la marca y tiene la posibilidad de compartir y conocerse. | Ventajas: Alto nivel de impacto, costos y niveles de acceso. Desventajas: Cultura del cliente, alto nivel de riesgo. |

|            |
|------------|
| Objetivo 1 |
| Objetivo 2 |
| Objetivo 3 |
| Objetivo 4 |
| Objetivo 5 |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                       | INVENSYS PROCESS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA                                                                                                                                                                                                                                                                         | GRAND GLOBAL                                                                                                                                                                                                                                            | MER TELECOM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                          | La empresa se llama Invensys Process Systems y hace parte del grupo Invensys la cual es una corporación multinacional con casa matriz en Londres la cual cuenta con mas de 9000 empleados a nivel mundial en nuestra división. Invensys está en el sector de Automatización Industrial suministrando sistemas de control, instrumentación y software, así como Ingeniería de alta calidad para la ejecución de proyectos. Yo soy Account Manager para la región de Cundinamarca, Boyacá, Llanos y Antioquia y llevo 2 años trabajando para la compañía en Bogotá.                                                                                                                        | La Universidad Sergio Arboleda es una institución de educación superior de carácter privado, sin ánimo de lucro, orientada a formar profesionales en los distintos campos de la cultura, con proyección hacia la comunidad nacional e internacional. Enrique Alvarado director internet por 6 años. | Sara López. Gerente Administrativa. 7 años en el mercado. Importan productos para agricultura con representación de algunas marcas extranjeras en Colombia como Haifa que es una marca de Israel que es considerada la mejor en temas de fertilizantes. | César Peña. Gerente General. MER es una empresa con casa matriz en Israel, que lleva 40 o 50 años fabricando torres para telecomunicaciones. MER es hoy en día un proveedor de soluciones para operadores inalámbricos tanto a nivel de infraestructura como de contenidos y servicios. Trabajamos básicamente con Comcel. Tigo. Hacemos para ellos la construcción de sitios móviles dentro y fuera de edificios. |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                            | En Colombia no se tiene un área de mercadeo dado que esta es manejada para Suramérica desde Argentina. Ellos nos proveen toda la información de campañas y plan de mercadeo. Un gran porcentaje de nuestro marketing es digital dado que nuestros clientes son más receptivos a este tipo de marketing. Por este motivo nuestras campañas se hacen por medio de páginas web, email y usamos el servicio Google AdWords para atraer mayores clientes cuando hacen consultas relacionadas con nuestro portafolio. De igual manera nuestros brochures son digitales ya que nuestros clientes consideran mejor tener este material de forma digital que tenerlo impreso por optimización del | Si, contamos con agencias de publicidad, comunicación y los encargados de internet a nivel general de la universidad.                                                                                                                                                                               | Hay una página Web y Haifa tiene también una página.                                                                                                                                                                                                    | El mercadeo para la compañía se maneja corporativamente (desde Casa Matriz). Normalmente participamos en congresos y eventos donde logramos que nos conozcan, pero no hacemos publicidad en Internet.                                                                                                                                                                                                              |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                | Para este año se han diseñado las siguientes actividades: - Eventos para clientes en USA, Europa y Asia - Eventos locales en cada país. - Campañas de productos nuevos - Campañas de Modernización para nuestros clientes actuales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | La estrategia esta conceptualizada dentro de un marco global (Redes sociales portales, blogs moda, medios masivos.)                                                                                                                                                                                 | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                         | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                             | Realmente no tengo mucho acceso a todas las herramientas utilizadas dado que no se realiza en Colombia, pero puedo mencionar aplicaciones en iTunes store para descargar demos de nuestras soluciones en smartphones y iPads, el uso de Google AdWords, banners sobre campañas en nuestra pagina principal, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Facebook, Google Adwords, Pauta online, SEO.                                                                                                                                                                                                                                                        | Todos los productos que vendemos tienen en las etiquetas la información de la página web de la marca y los vendedores o distribuidores invitan a los clientes a consultar información a través de Internet.                                             | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                | Dado que es una industria de tecnología, y el tipo de clientes que tenemos, el marketing digital es una herramienta que nos facilita la difusión de nuestros productos y campañas, por eso estamos al día en el uso del marketing digital utilizando las herramientas que nos permiten acercarnos más a nuestros clientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | El marketing digital se encuentra hoy en día en un boom, ya que es más económico y más eficiente. Para nosotros como universidad es muy importante el SEO y nos especializamos en este tema.                                                                                                        | Haifa que es la empresa que representamos tiene mucha tecnología y permite que los usuarios entren a la página e ingresen datos de sus cultivos, para recibir asistencia personalizada sin ningún costo.                                                | Este es un mercado bastante restringido, no es masificado. Los clientes de MER en Colombia se pueden contar con una mano, por lo tanto el contacto con los clientes es muy directo. Los operadores celulares si pueden hacer más uso de herramientas masivas.                                                                                                                                                      |
| 6. Influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                      | Absolutamente. Es nuestro principal indicador de lo que el cliente necesita, los productos que mas les interesan y con esta información se desarrolla el plan de marketing para el siguiente año fiscal.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Si, totalmente. En área de educación se debe estar presente en estos medios digitales                                                                                                                                                                                                               | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                         | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                               | Chat de nuestro soporte en la pagina web, demostraciones para smartphones y iPads, encuestas, medición de accesos y navegación en nuestra pagina web, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Si. Facebook, Twitter, Youtube, reportes externos.                                                                                                                                                                                                                                                  | En Agroexpo, en eventos y a través de los distribuidores se toman los datos de los clientes quienes son luego contactados por e-mail para envío de información e invitación a consultar las páginas Web.                                                | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                    | Si                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Si                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                         | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                          | Realmente no podría confirmar esta información pero es probable que estos servicios sean suministrados por un proveedor externo ya que tenemos un centro mundial de soporte en IT que nos atiende desde la India.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Externo con control del interno.                                                                                                                                                                                                                                                                    | Contratada con un tercero. Se actualiza unas 3 o 4 veces al año.                                                                                                                                                                                        | Se maneja desde Casa Matriz y no hay administración de contenidos localmente. Hay una página de Colombia que no se usa porque se prefiere dar una imagen de una empresa global.                                                                                                                                                                                                                                    |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                            | Aquí es, es nuestro principal medio de difusión ya que en nuestra industria no aplican campañas por los medios tradicionales ya que son productos especializados para un segmento muy específico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Si. Envío de correos masivos a nuestra BD segmentada por carreras.                                                                                                                                                                                                                                  | Hace dos años en Agroexpo se recopiló una base de datos de 800 clientes que están siendo contactados con regularidad por correo electrónico.                                                                                                            | Se maneja una base de datos relativamente pequeña dado el número de clientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 11. Cúales son los factores claves de diseño para su sitio web. Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras? Qué medios de pago existen? | La pagina web esta clasificada por industria, soluciones y productos (ver www.ion.invensys.com), se tiene información como brochures, casos de éxito, y se tienen banners con las campañas vigentes. Se promociona en la firma de los correos de los clientes, material impreso, eventos, etc. La efectividad se mide por la cantidad de accesos y duración en la misma, así como la información que se solicita a un cliente interesado en descargar información de un producto o solución en particular. No se maneja carro de compras dado que son productos especializados que requieren un diseño de ingeniería para                                                                | Tenemos un sitio web fácil, básico e interesante.                                                                                                                                                                                                                                                   | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                         | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                       | Lamentablemente no tengo acceso a esa información pero el departamento de marketing regional tiene las herramientas para hacer esta medición.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Número de registros nuevos en la BD de clientes.<br>Incremento de ventas.<br>Incremento de conversión.<br>Número de rebuets.<br>Incremento de Likers en Facebook.                                                                                                                                   | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                         | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                             | INVENSYS PROCESS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA                                                                                                                                                                                                                                             | GRAND GLOBAL                                                                                                                               | MER TELECOM                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)? ¿Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | Para fomentar la popularidad de la página web se tiene Google AdWords, la mención de nuestra página en la firma de los correos y material promocional impreso. Lamentablemente no tengo información de las herramientas de medición que usa la compañía en la página web.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Google Adwords. (Campañas – Anuncios – Palabras Clave).                                                                                                                                                                                                                 | Sin comentarios                                                                                                                            | Casa Matriz en Israel tiene un equipo especializado para el tema.                                                                                                                                                                                                                                                |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                        | En nuestra página web se hacen accesos a las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, youtube y blogger: la administración de estas páginas es realizada por nuestro departamento de marketing el cual es global (para Latinoamérica está en Argentina)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Si. Es un punto importante de comunicación con los clientes y tenemos una persona parcialmente ocupada en dar respuesta y promover todo tipo de contacto con nuestros clientes. Las redes sociales las maneja la persona encargada de la página web.                    | (Sin comentarios específicos)                                                                                                              | No es un mercado masivo por lo tanto no aplica. En los Operadores Celulares es donde se puede dar más este escenario. Lo complicado es que se están perdiendo los límites entre la vida privada y la vida pública.                                                                                               |
| 15. Cuáles considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                        | En nuestra industria considero que son mucho más las ventajas que las desventajas del marketing digital ya que se podría decir que es nuestro mayor instrumento de marketing. Facilita el acceso de nuestros clientes a la información de nuestras soluciones, nos posiciona como empresa líder en tecnología, y nos permite difundir fácilmente las campañas a nuestros clientes que están distribuidos a nivel mundial, la mayoría ubicados en sitios de difícil acceso (plataformas y campos petroleros, minas, etc.). Realmente no encuentro desventajas del marketing digital en nuestra industria, solamente tener cuidado de no perder contacto presencial con ellos ya que aun es muy valioso para ellos que les estemos visitando constantemente y entregando material físico como agendas, esferos, memorias USB y demás material de marketing. | Ventajas:<br>Bajos costos fijos para la organización, Alcance global, Precisión en métricas, Posibilidad de rastreo, Contacto personalizado con los clientes.<br>Contacto por afinidades.<br><br>Desventajas:<br>Exposición a la crítica pública y Convertirse en Spam. | En la comunicación con los clientes es muy importante el Internet y es incluso mejor que las llamadas telefónicas porque puede rastrearse. | Ahora estamos mucho más conectados con todo pero mucho más incomunicados porque se ha perdido la comunicación. En Internet debe ser muy importante la asertividad de la propaganda para llegar al público correcto. Importante no perder la comunicación, buscar propaganda que sea creativa, que te trate bien. |

|            |
|------------|
| Objetivo 1 |
| Objetivo 2 |
| Objetivo 3 |
| Objetivo 4 |
| Objetivo 5 |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                        | COPA AIRLINES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | BAVARIA (A través de Latitude - Central de Medios)                                                                                                  | OASIS WORDL-CLASS SOFTWARE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                           | Natalia Ortiz, Jefe E-business. Somos una de las aerolíneas más grandes del mundo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                     | Soy consultor de negocios y trabajo en el departamento de mercadeo y mis obligaciones son dos están dirigidas a la parte de mercadeo y comercial y esta ultima va mas ligada al seguimiento y captación de clientes y el mercadeo a la parte de campañas publicitarias sea por el comercio electrónico o por otros tipos de medios de publicidad. En la empresa es corto el tiempo que llevo pero en el área de mercadeo tengo 1 año.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                             | Tenemos una división muy grande de más de 10 personas trabajando sólo en el tema digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                     | El e-marketing nosotros si lo tenemos especificados nosotros somos una empresa de desarrollo de software y entre estos nosotros tenemos unos módulos que se dedican únicamente al in marketing, al in Powers, al in                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                 | El área de Mercadeo se encarga de lo relacionado con la Marca, mientras que nosotros como Opto. Digital nos encargamos de aumentar las ventas por estos canales. Tenemos un presupuesto robusto, menor al de Mercadeo quienes deben invertir en campañas y demás.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                     | Nuestro plan de mercadeo esta definido entre 3 partes fundamentales:<br>La primera es que tenemos un plan de parras de referidos y trabajamos el cliente que llega a mi oficina y le hago el seguimiento. El plan de referidos es cuando nosotros implantamos un proyecto y las personas que manejan este proyecto nos dan algunos nombres de personas que puede estar interesadas y nosotros las hacemos la presentación comercial. El plan de parras es personas que distribuyen o implantan el software aquí en Colombia o fuera del país.                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                              | Tenemos agencias aliadas para diferentes temas. Nuestra estrategia de SEM y SEO con Indexcol en Colombia. Nuestra estrategia de Digital en general es con ABAS. Una agencia que nos ayuda esporádicamente con Redes Sociales es Netbangers. En Copa Holdings en Panamá tenemos también algunos aliados o herramientas para temas digitales como Wunderman y Nobox. Google también es nuestro aliado. - Tenemos un dashboard con el cual medimos todas las variables. Manejamos Omniture que consideramos es la mejor herramienta que podemos tener para manejo de estrategias online y métricas. |                                                                                                                                                     | En cuanto a redes sociales nosotros estamos en Facebook sino que tenemos página Web Facebook, estamos presentes en catálogos de software que es muy conocido, estamos presentes en guías soluciones stich, en delo - soft y básicamente para hacer nuestras teleconferencias utilizamos bastante el es skay y es nuestra herramienta básica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                 | El sector turismo es el que más transacciones maneja por Internet en el mundo y también en Colombia Copa es uno de los líderes en el tema.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                     | Nosotros somos una empresa de desarrollo de software por lo tanto nosotros tenemos que estar a la vanguardia del crecimiento de medio de la tecnología, estar pendientes de lo nuevo y que es lo que sale, nosotros manejamos una aplicación cliente servidor y en este momento el mercado nos exige haber sacado la versión Oasis Web que significa poder darle la oportunidad al cliente de que su información este en línea a cualquier momento, ahora y desde cualquier lugar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 6. Influye el Internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                       | (respondido anteriormente)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                     | Si nuestro plan de mercadeo el Internet es una base primordial y nuestra fuente de comunicación. El plan de mercadeo a tras del Internet nos permite llegar a más personas, medios, mercados y nos da la oportunidad de tener crecimiento, el Internet es una de las herramientas básicas para poder crecer en este negocio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                                | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Bavaria cuenta con presencia en Redes Sociales para todas sus marcas.                                                                               | Nosotros tenemos las herramientas on-line de acuerdo al manejo de mercadeo nosotros las tenemos en nuestra página Web, en la cual se manejan una serie de preguntas donde el cliente entra y hace selección, ejemplo entra y tiene una pregunta usted que tipo de solución empresarial prefiere ERP, HRM, CCM y cualquiera de esas, entonces el cliente va dando clip y esto nos va dando unas estadísticas internas para que nosotros mejoremos nuestro producto, adicional a esto nosotros tenemos una parte de sugerencias en nuestra página Web donde el cliente nos envía comentarios, las sugerencias esto nosotros lo recibiremos pero tiene una medición interna programada por los ingenieros de la empresa que nos permite ver las estadísticas y permanecemos en contacto con las personas que entran a nuestra página. |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | La compañía entiende de Digital y tiene un equipo grande dedicado sólo a Digital, desde Gerentes, Directores, Jefes y otros cargos enfocados en que las transacciones online aumenten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Latitude maneja directamente todo lo relacionado con la pauta digital de Bavaria para cada una de sus marcas, definiendo los canales para publicar. | Lo manejo yo específicamente, manejo la parte de mercadeo todo lo que tiene que ver con campañas ya sea internet, yo recibo toda la información y hago las propuestas y mi feje es el que toma la decisión o el gerente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                           | Tenemos un equipo de soporte web que está en Panamá y que centraliza todo el manejo de la página para las diferentes subsidiarias de Copa. - Tenemos una Gerencia de Contenidos y Redes Sociales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                     | Es interno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                             | E-mail marketing lo manejamos a través de una agencia que es Nobox. Revisamos constantemente cuáles son los destinos que la gente prefiere y lo cruzamos con los destinos que queremos promocionar. Tenemos una base de datos que nos cree (rata de apertura mayor al 10%) y los resultados han sido buenos. La base de datos la obtenemos directamente de inscripciones en nuestro portal.                                                                                                                                                                                                      | Bavaria tiene bases de datos y hacen sus propios envíos, no es manejado por la agencia.                                                             | Si se usa, el mes pasado se hizo todo el planteamiento y usamos el catalogo de software dos semanas en la campaña intensamente y funcionaron desarrollando E contente en esa pagina y es la que se encarga de difundir nuestra pagina Web y nos envia un reporte, este reporte es quincenalmente o mensual y yo se como va la empresa, pero si los resultados no son favorables yo llamo y digo que es lo que esta pasando y me envian las estadísticas que me envian a través del clip que ha hecho cada persona a través del Ling de mi pagina.                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 11. Cuáles son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen? | Hay distintos proveedores como Pagos Online para pagos, Datalex que es el sistema que maneja la venta de tickets, etc. El equipo de soporte regional se encarga de coordinar con los proveedores el correcto funcionamiento de la página                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                     | Nosotros no manejamos carrito de compras, la página Web es el modo de interactuar con el cliente y de dar información de la empresa y para recibir correos de infobias que es para el cliente pero que nosotros vendamos el producto por la página Web no.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                        | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                     | Por medio de estadísticas de la empresa, programando la pagina Web, lo mismo el Facebook, la pagina nos da información en que estamos debilitados y cuales con las fortalezas internamente nuestro programa oasis tenemos el rendimiento de indicadores, y cada departamento tiene sus indicadores entonces hacemos las cosas y alimentamos la información me permite hacer y saber si estamos creciendo, disminuyendo o en que estoy fallando y hacer las correcciones internamente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                         | COPA AIRLINES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | BAVARIA (A través de Latitude - Central de Medios)                                                                                            | OASIS WORDL-CLASS SOFTWARE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Uniquevisitors, CTR - click throughrate)?Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | La estrategia de SEM y SEO regional la manejamos desde Colombia con Indexcol.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                               | <p>Para tener popularidad en la Web nosotros tenemos lo que es el uniquevistor, el CTR y el clip obviamente, nosotros ponemos palabras claves para que la persona nos encuentre inmediatamente, tenemos una pequeña barrera porque nuestro software se llama oasis, y muchas veces las personas piensan que es agua y se confunden, entonces nosotros tenemos el oasis work class software, oasis work class software de tal forma que el cliente escriba estas dos palabras la pagina lo direcciona directamente a nuestra pagina.</p> <p>Nosotros llevamos aproximadamente 6 años dentro de la red. Nosotros dentro de las redes sociales solamente tenemos Facebook lo hacemos por medio de pautas para que nos redireccionan a nuestra pagina, allí nosotros no ponemos cotizaciones, precios pero si hablamos de productos y de noticias , proyectos nuevos que estemos ejecutando y lo hacemos a través de e-mail, porque no tenemos Twitter, es un medio masivo pero tenemos que estar todo el tiempo hay con la conexión debido a que en una hora pueden entrar hasta 60.000 personas y nos tocaría estar actualizado cada 5 minutos y no hay una persona disponible únicamente para Twister y nosotros tenemos más responsabilidades.</p> |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                    | Además de Facebook tenemos presencia en Twitter con una cuenta Colombia y cuentas para los demás países, Tenemos cuentas en Foursquare, Google +. Lo más importante en Redes Sociales es tener la capacidad de responder ante un problema, por ejemplo. Es grave tener un Community Manager que responda 5 horas después. En Redes Sociales es ventaja y desventaja la inmediata, Se debe tener seguridad de que lo que se promete se puede cumplir . | Bavaria cuenta con community managers y directores que están muy metidos en el tema, respondiendo a tiempo y asertivamente a los comentarios. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 15. Cuales considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                    | Ventajas: Es medible y por eso es fácil de determinar qué tan efectivo se es en las estrategias. Es costo-eficiente pues no se necesita un presupuesto abundante para tener buenos resultados. Nuestra generación es Digital y las que vienen serán 100% digitales. - Es básico que en las empresas las personas de mercado conozcan sobre temas digitales porque se debe incursionar cada vez más en él.                                             |                                                                                                                                               | <p>En la actualidad a nosotros nos ha servido para darnos a conocer a nivel nacional como internacional. Nosotros a través de las redes sociales y el Internet y a través del comercio digital tuvimos negocios con Honduras, Panamá y Republica Dominicana y lo hubiéramos hecho solo estando aquí. También todo el personal que entra aquí mínimo tiene que conocer algo de tecnología no solo porque el negocio se lo esta exigiendo sino porque es un tipo de oportunidad que no se pueden desaprovechar para nosotros el in marketing es un proceso muy importante, y el comercio digital si lo aplicamos constantemente nos parece que es la mejor herramienta que hay para el desarrollo de las actividades como tal. - Y las desventajas el aumento del costo, por más que este sea una facilidad que se encuentra el cualquier parte para una empresa cuesta, porque la empresa es quien necesita estos medios de publicidad mas el cliente es el que puede buscar todo lo que quiera o necesite.</p>                                                                                                                                                                                                                                     |

|            |
|------------|
| Objetivo 1 |
| Objetivo 2 |
| Objetivo 3 |
| Objetivo 4 |
| Objetivo 5 |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                        | COOPDISALUD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | COOVIDEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | GLAXO SMITH KLINE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                           | La empresa es una Cooperativa multiactiva de servidores y pensionados de la salud, como bien tú lo decías hace un momento, la Cooperativa se formo por la asociación de algunas de las personas, pensionadas del estado e inicio con 23 hospitales del estado como simón bolívar, fontibon y usme y en la actualidad son 25 los adscritos en la zona de Bogotá únicamente. Y entes momento se esta ampliando a los entes privados. El cargo que desempeño es asesoría de mercadeo y llevo 3 años, mi trabajo consiste en realizar visitas periódicas a los clientes actuales con el fin de tener buenas relaciones comerciales, eso se hace por contacto directo y/o con las personas encargadas de los clientes de la cooperativa y empresas o personas potenciales para la cooperativa, resolver las inconformidades de los clientes que surjan mediante la prestación del servicio, contribuir a las necesidades de los usuarios primarios como secundarios, obviamente no solo con los asociados sino también con la parte administrativa con las cuales se deben tener muy buenas relaciones. | Covidien es una empresa lider mundial en productos para el cuidado de la salud, que crea soluciones médicas innovadoras para lograr mejores resultados en pacientes y ofrece valor a través de su liderazgo y excelencia clínica. Su sede corporativa se encuentra en Mansfield, M.A. Estados Unidos, se ocupa de la fabricación, distribución y mantenimiento de una amplia gama de líneas de productos líderes de la industria. Soy especialista de producto en la línea enteral ,una de mis funciones es realizar acompañamiento al personal médico y paramédico a la realización de los procedimientos dando a conocer características y beneficios de cada uno de los dispositivos en la compañía llevo 4 años . | Luz Ángela Murcia Gerente de Cuenta De Laboratorios Glaxo Smith Kline para el área de consumo, el cargo es ser representante comercial con cargo de 880 clientes en este caso son la mayoría odontólogos debo contactar con ellos para hacer presencia con cada una de las marcas de la compañía , como consultor debo influenciar para la recomendación de estas marcas en ellos y estar pendiente que la competencia no robe la formulación y estar atacando básicamente con los mensajes clave que envía la compañía                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Actualmente contamos con el departamento de Marketing, pero no mercadeo digital                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Si, la compañía esta compuesta por varias divisiones , dentro de ellas esta la línea pharma, la línea de vacunas y la línea de consumo, cada una de estas líneas tiene su división especial donde se maneja el marketing, el plan de mercadeo, donde se maneja la proyección de ventas, los mensajes promocionales que se van a llevar, las actividades, que se van a realizar, los congresos donde se va a participar con cada una de las marcas y esta definido en cada una de las estas divisiones de la compañía.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Participación en Congreso y eventos relacionados con la línea enteral, Brochure, Show Room                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | te puedo hablar de la división de consumo, el plan ya esta definido con unas cuotas establecidas para cada una de las marcas, se hacen reuniones mensuales en donde se evalúa y se hace seguimiento a cada una de los clientes, en el tema de las ventas, en tema de los canales a tiendas, supermercados, droguerías, a los mismos médicos, y se tiene obviamente una proyección para participar en los mismos congresos y las respuestas de ellos mismos, obviamente nosotros o la compañía tienen estandarizadas las campañas que se hacen para cada una de las marcas en este caso como con COREGA , con SENSODYNE, con DOLEX ya están establecidas con los cambios que se hacen o que se hicieron , por ejemplo en el caso de DOLEX que se cambio la imagen y el la que se puede ver ahora en las vallas, en la calle, través de los medios de televisión y de radio |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                              | No hay nada constituido realmente, hay página Web básica y correos electrónicos personalizados tanto de los empleados como de los asociados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | No se maneja en la compañía Marketing digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | pues en verdad nosotros tenemos una pagina donde cualquier paciente , medico , el cliente interno y el cliente externo puede entrar y mirar a través de la pagina web todo el portafolio de productos de la compañía y pueden estar y mirar si desde la perspectiva de cliente los productos que tiene la compañía, si es desde la perspectiva de medico pues ya puede entrar a mirar noticias informativas, estudios clínicos que sean de su interés y ya es la parte del representante ya tiene que ver con todo su proceso y su desarrollo interno o todo lo que le concierne para manejar el cliente                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                 | En la cooperativa No hay por lo que te decía es básica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | N/A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | bastante porque es una herramienta que es validera y en este momento es básica para manejar los clientes, es por donde los clientes se están moviendo bastante al igual que la competencia que es Colgate como tienen una difusión masiva de las marcas y que también se mueven en este medio digital entonces ahí que estar allí muy competitivos y GLAXO tiene todas las herramientas para estar allí y competir con ellos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6. influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Si, mediante la información de la página del portal de Covidien, la mayoría de los contactos con los clientes lo hacemos a través del internet enviando por este medio el portafolio de cada de las unidades de negocio, las cotizaciones e informaciones relacionadas con el negocio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | pues como herramienta si influye porque allí encontramos mucha información de los clientes que entrar a mirar, por ejemplo en este momento hay una campaña con Corega precisamente en televisión que es el reto corega , donde puede el paciente puede llamar o también puede ingresar al portal y puede llegar a iniciar un tratamiento ya si el lo quiere pero es través de estos portales y de este medio que el paciente entre en contacto con el laboratorio y con las marcas y entonces si influye definitivamente el internet en este medio y las paginas para que paciente entre a conocer el laboratorio y los productos y entre en contacto con la compañía.                                                                                                                                                                                                    |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                                | Básicamente por los correo electrónicos, y comunicación directa con el cliente y parte administrativa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Por medio de la base de los clientes enviamos el portafolio del elemento que solicita cotización e información técnica del producto.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | si claro, pues tenemos la base de datos de los clientes donde se le envía la información y allí esta cada cliente con sus datos al día, la evolución que ha tenido, realmente esta herramienta si ha utilizado constantemente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | No la hay, eso de maneja entre el área de mercadeo y sistemas principalmente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Este tema se maneja a nivel de casa Matriz en Mansfield, M.A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | si , existe un departamento especializado en el área de publicidad que determina que campaña se saca con que mensaje, con que frecuencia, lo mismo si es para difusión por radio, lo mismo si es para difusión por televisión, o ya sea la reestructuración de una campaña en internet co algún mensaje que se quiera cambiar y si existe el departamento definido.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                           | Es a nivel interno se maneja el ingeniero de sistemas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Interno                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Toda la información es interna, confidencial y viene de la casa matriz .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                             | Se maneja básicamente el correo y la pagina Web, los que manejan la pagina Web puede navegar y estar actualizado, encuentran viajes, las actividades que hay para los hijos, asociados y todo el núcleo familiar y lo que necesiten, los que no manejan los correos electrónicos y la pagina Web no llegan o llegan muy tarde, esta es una falencia es un muro o barrera que pone el mismo asociado de la cooperativa porque no le creen a los medios electrónicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Manejamos comunicados a nuestros clientes nacionales e internacionales. pero por lo general lo herramienta que utilizamos son los Brochure, videos y presentaciones relacionados con el manejo de los productos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | cuando se tiene un cliente nuevo al inicio de la entrevista se le pregunta si desea estar en contacto con la marca, que valga a ser un pago no porque allí ya viene otro proceso que es el a el cliente lo permite la difusión de las marcas y de la información se maneja a través de los medios de correo electrónico de cada uno de los clientes, y se usa frecuentemente, todos los dias se esta actualizando por medio de la base de datos, en este momento se esta actualizando a la base de los 880 clientes y se les envía información de su interés dependiendo del área que quiera.                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 11. Cúales son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen? | Los pagos utilizan las transferencias electrónicas o hacen consignaciones normalmente y envían por correo electrónico los comprobantes o hay algunas personas que llevan hasta la cooperativa y hacen los trámites normalmente, por que no les gusta y desconflan de estos medios, todavía hay personas que prefieren los cheque sobre todo cuando hay prestamos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | No manejamos sitio web para compras pues nuestros dispositivos son médicos y se requiere de asesoría para su uso, y lo realizamos con asesoría                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ahora como medios de pago NO, pero si se maneja el sitio web mas para que paciente entre en contacto con la marca, que valga a ser un pago no porque allí ya viene otro proceso que es el a el cliente lo permite la difusión de las marcas y de la información se maneja a través de los medios de correo electrónico de cada uno de los clientes, y se usa frecuentemente, todos los dias se esta actualizando por medio de la base de datos, en este momento se esta actualizando a la base de los 880 clientes y se les envía información de su interés dependiendo del área que quiera.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                        | La página no es lo suficientemente dinámica, es muy básica y hay una medición de las personas que ingresan y la navegación que se hace, pero no es muy interactiva. Pueden bajar formatos, mirar como esta el estado de cuenta. Pero una comunicación directa e interactiva no la hay.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | No medimos el posicionamiento de la compañía en la web, sino por los resultados de crecimiento en ventas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | pues por el numero de visitas y contactos que tienen los pacientes , podemos de hablar también de médicos, de canales de distribución, entonces se mide estos tres tipos de población y clientes externos que se interesan en la compañía y te miden en cuanto el volumen de venta que esta entrando, en cuanto el interés de alguna marca, o de pronto en cuanto a la información de algún estudio de la comunidad científica,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                             | COOPDISALUD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | COOVIDEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | GLAXO SMITH KLINE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)? ¿Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | No la hay, de pronto por Google, pero se debe hacer directamente por la página Web. Las personas por contratación se quejan mucho debido a que no pueden acceder a estos beneficios y la única explicación que hay es que para poder tener la seguridad del capital solo se hace al personal de planta y esto quedo en los estatutos cuando se creo la cooperativa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | No utilizamos la web para popularidad nos conocen en el medio por la promoción comercial que se realiza en cada uno de las instituciones de salud en el país .                                                                                                                                                                                                                                                                  | pues la página esta establecida mediante <a href="http://glaxosmithkline.com">glaxosmithkline.com</a> , en donde cualquier usuario puede tener acceso allí a la página y se le va a dar vía a lo que necesite, y través del click el paciente o el medico o cliente ya sea de alguna droguería, o de alguna tienda tipo mayorista puede ingresar al portal y ver los productos y las novedades, así como los médicos , pues depende del direccionamiento que se le de en el buscador.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                        | No utilizamos redes sociales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | No utilizamos redes sociales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | no se manejan redes sociales, la difusión se maneja por medio de pautas publicitarias por televisión, por radio, las redes no son el fuerte de la compañía                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 15. Cuáles considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                        | amplio como el de salud a nivel Bogotá y nacional con 3000 asociados y con los que están en potencia y el reconociendo de la cooperativa no es la pagina Web sino el voz a voz y la publicidad que se hace personalmente como son los slam y los incentivos y las diferentes actividades que se hacen a nivel familiar y personal que son los grandes diferenciales que no hay en otras cooperativas, además por que se les prestan muchísimos auxilios y descuentos bastante considerables y representativos que hay y esto es lo que hace en realidad bastante llamativo, no se hace por medio electrónicos porque es mas fácil que yo llegue hoy con la publicad de un producto o evento llega de inmediato a los asociados o clientes y no por los medios electrónicos por que casi nunca los visitan a tiempo. Además por lo que te reitero hay personas que no tiene correo electrónico y no les interesa ni celular. Incluyendo algunos miembros de deben tener muy buenas relaciones ara ofrecer, para regalar, en este momento estamos con la estrategia de nuestro seguidor numero mil en twitter y se tiene una sorpresa para esa persona, entonces hay muchas cosas que se tienen ahí planteadas también para generar conocimientos sobre cofrem. | Como ventajas considero que Marketing digital nos dará mayor contacto con los clientes, en donde expondrás sus necesidades y oportunidades que brinda a la compañía. Como desventaja creería que en el área de la salud los dispositivos requieren de asesoría personalizada para su manejo y que su entrenamiento no se podría manejar a través de la web pues en el momento del cirujía se requiere de asistencia presencial. | las ventajas pues podemos tener acceso cuando no se tiene conocimiento y de pronto el cliente le da pereza entrar en contacto con un representante, tener que dar explicaciones, algo que sea de su interés de pronto es una duda que siempre ha tenido y no quiere preguntar porque le parece muy obvia entonces se le da solución a miles de respuesta a los pacientes, clientes, médicos u odontólogos, a miles de preguntas que no necesitan un contacto físico con un representante de la casa comercial sino que es algo simple que ellos lo pueden resolver y eso permite que el cliente adopte la marca.....la DESVENTAJA es que muchas veces cuando ya se quiere conocer algo del cliente y que el cliente no sea tan sincero con las respuestas y estas sean muy subjetivas y no se logre conocer realmente lo que se quiere en algún momento , que nos permitan conocer a profundidad las expectativas del cliente o de pronto el conocer alguna necesidad puntual porque las preguntas son muy superficiales y no claras para ellos ahí se pierde ese tipo de información que puede ser muy útil . |

- Objetivo 1
- Objetivo 2
- Objetivo 3
- Objetivo 4
- Objetivo 5

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                        | BUSINESS SUPPORT                                                                                                                                                                                                                                  | TIGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | EMBAJADA DE ISRAEL                                                                                                                                                                                                                                              | COLAEREO                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                           | La empresa donde me encuentro trabajando se llama Business Support y su objetivo es la capacitación y certificación en tecnología, mi cargo es el de Asistente en Mercadeo y Publicidad que llevo 6 meses                                         | TIGO Colombia, empresa de telecomunicaciones , arquitecto de software específicamente para una categoría de mercadeo pero en la construcción y elaboración de software, en el cargo se lleva alrededor de 3 años y medio que hace que trabajo para esta compañía.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Trabajo en la Embajada de Israel , entidad gubernamental como Jefe de información, estoy encargada de todos los productos WEB de la Embajada desde hace 3 años                                                                                                  | Colareero es una filial de Lufthansa Colombia, sin embargo nos manejamos independientemente como una agencia de viajes especializada y enfocada al sector empresarial; yo soy la persona encargada del área comercial de Colareero y llevo en la empresa al rededor de 2 años y medio |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                             | Si, dentro del plan de mercadeo tenemos varios objetivos dirigidos a la publicidad via web                                                                                                                                                        | si, existe una área encargada del e-marketing, se llama el área de innovación que esta buscando darle un valor agregado a los productos que comercializamos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Si, nosotros no vendemos productos, pero debemos promover el nombre del Estado, de esta manera hacemos la gestión desde el e-marketing, para poder llegar a muchísimas mas personas.                                                                            | No, el mercadeo lo tenemos integrado al departamento comercial.                                                                                                                                                                                                                       |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                 | Está estructurado con diversos objetivos y metas, seguido por el plan de acción y quienes la realizan                                                                                                                                             | Existen varios campos de la multinacional como lo es TIGO desea existen varios planes de mercadeo respecto a los diferentes productos categorías de mercadeo, pero específicamente TIGO esta enfocada a fidelizar al cliente con sus productos de valor agregado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | No Aplica                                                                                                                                                                                                                                                       | el plan de mercadeo de colareero para este año esta enfocado en consolidarnos en mercado empresarial y lo hemos estructurado a través de varias alianzas e inversiones tangibles como asistencias a congresos especializados y ferias de turismo empresarial                          |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                              | Correo electrónico, Google adwords, Facebook ADS y redes sociales                                                                                                                                                                                 | para elaborar marketing digital se cuenta con una aplicación digital que tiene la posibilidad de ofrecer productos de la empresa, productos del core del negocio o de valor agregado, se cuentan con aplicaciones que nos permiten hacer via de alianzas con las empresas de antivirus, empresas de localización satelital, empresas enfocadas hacia la tecnología y las telecomunicaciones.                                                                                                                                                                                                                 | Google adwords, Facebook ADS y redes sociales                                                                                                                                                                                                                   | también comenzamos a trabajar con campanas electrónicas como grup                                                                                                                                                                                                                     |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                 | Apenas estamos iniciando en ésta tecnología                                                                                                                                                                                                       | a pesar de que TIGO no hace mucho que empezó con la campaña de e-marketing , se podría decir que se encuentra bien avanzada por una estrategia regional en la cual hemos traído experiencias de otros países donde también se encuentra TIGO posicionado y hemos nos ha permitido tener una ventaja frente a la competencia.                                                                                                                                                                                                                                                                                 | En realidad por el objetivo de la misión debería ser un poco menos, pero estamos muy bien en el tema                                                                                                                                                            | la industria tiene mucha competencia por consiguiente creo que en el tema de marketing digital es algo novedoso pero que cada día la industria avanza mucho mas                                                                                                                       |
| 6. influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                       | Totalmente                                                                                                                                                                                                                                        | Claro una de las mediciones que nosotros realizamos sobre nuestras aplicaciones web, se da bajo el trafico y el trafico esta influenciado bajo la penetración de los usuarios en Internet en Colombia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | si                                                                                                                                                                                                                                                              | si mucho, por medio de este podemos observar a nuestros clientes, también podemos encontrar nuevas opciones de trabajo que se estén ofreciendo en otra parte del mundo, personalmente en mi cargo he hecho del internet un aliado en nuestra empresa                                  |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                                | Si, las redes sociales                                                                                                                                                                                                                            | Si las mismas aplicaciones web y las aplicaciones móviles , aplicaciones como usdyd, nos permiten realizar encuestas de satisfacción hacia los clientes después de adquirir un servicio QR y sobre estos se realizan estudios para dar un mejor servicio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Si, aplicaciones web y Redes Sociales                                                                                                                                                                                                                           | si, porque las herramientas online no solamente me ayudan a conocer a mi cliente sino que también me llevan a conseguir nuevos enfocando el perfil de clientes que tenemos                                                                                                            |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | una de mis tareas pero no me dedico a ella el 100%                                                                                                                                                                                                | no específicamente , pero si hay varias personas dependiendo del proyecto que se este presentando pueden enfocarse en la publicidad on-line.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Si, además de muchas otras cosas, cumplo con esta función                                                                                                                                                                                                       | no, directamente yo lo hago                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                           | Soy yo la administradora, así que es interno                                                                                                                                                                                                      | los administradores son internos, pero también se manejan muchas fabricas sobre todo para outsourcing sobre todo para desarrollo y pruebas de software.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Todos los productos Web de la Embajada los manejo yo                                                                                                                                                                                                            | Soy yo la administradora, así que es interno                                                                                                                                                                                                                                          |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                             | Cada vez que sale una nueva campaña se realiza publicidad electrónica. Aproximadamente es semanal                                                                                                                                                 | si, TIGO tiene una vía de alianzas con varias empresas que tiene como objetivo mejorar las aplicaciones web , pero a nivel masivo se esta haciendo por medio de mensajes sms y llamadas .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Dependiendo de la temática lo hacemos, no es con mucha frecuencia                                                                                                                                                                                               | si, por ejemplo lo usamos comúnmente para comunicar promociones o información turística para poder tener clientes sólidos y comprometidos con la compañía                                                                                                                             |
| 11. Cúales son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen? | Σημαντικές εν τη πληροφορία. Χαρακτηριστικές των για χρήση χορηγοτήτων. Σε προμηθειών από Google Adwords, Facebook Ads, που μέσω de των μέσων κοινωνικών μέσων de internet ή mobile. Σε μία μέτρηση Google Analytics. No οι μέτρηση de conversion | bueno primero el diseño de la aplicación web específicamente esta basada en la marca de TIGO, la cual ya esta estandarizada en sus colores, en sus formas, y la efectividad del sitio esta manejada o segmentada y se mide por medio de herramientas que nos permiten medir el trafico como lo son google analytic's otro tipo de herramientas que se han realizado en in-house, manejamos carro de compra para adquirir productos y existen como medios de pago tenemos alianzas con los bancos, tenemos por medio de tipo on-line se puede entrar y realizar el pago de la factura, y el commscore retail. | De una manera formal, elegante y muy directa manejamos todos nuestros productos web. Lo promocionamos desde las Redes Sociales y por supuesto por el interés individual de cada persona. Medimos el trafico por clicks. No vendemos por eso no tenemos carrito. | no manejamos un carro de compra, pero los factores claves para el diseño del sitio fue por medio de un estudio de que quieren los clientes encontrar en una agencia de viajes, la efectividad del sitio la medimos por el incremento en las visitas de nuestra pagina web             |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                        | De acuerdo a su posición en Google                                                                                                                                                                                                                | existen empresas o compañías que se dedican a realizar este tipo de medición una de ellas es Helisa que por medio del trafico nos permite compararnos con otros sitios web.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Se mide de acuerdo al trafico que da mensualmente.                                                                                                                                                                                                              | no medimos el posicionamiento                                                                                                                                                                                                                                                         |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                         | BUSINESS SUPORT                                                                                                                                                                                               | TIGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | EMBAJADA DE ISRAEL                                                                                                                                                                                                                                      | COLAEREO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bouncerrates, Uniquevisitors, CTR - click throughrate)?Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | Muchas palabras relacionadas                                                                                                                                                                                  | la publicidad o la estrategia de comunicación esta basada en las vías de alianzas y en la publicidad de los medios que tienen, muchos de ellos están enfocados en llevar a las aplicaciones web como un medio de atención al cliente para facilitar y evitar los desplazamientos a las tiendas tigo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Palabras frecuentes. Click. Se promociona el nombre, en eventos, propagandas y Social Media.                                                                                                                                                            | Google Adwords. (Campañas – Anuncios – Palabras Clave).                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                    | Si. Utilizamos Facebook, Twitter y Youtube, Diariamente. Lo hago yo y todo su información                                                                                                                     | existe un área encargada de esto, hace aproximadamente 2años empezó a incursionar en la redes sociales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Si utilizamos las Redes Sociales mas populares, cada día se hace posteos diferentes con temáticas de interés para nuestros seguidores, haciendo que esta información vaya a nuevos seguidores. Todo esto se maneja con el equipo de Hasbara del FMA     | Si, manejamos TW y Facebook, lo hago yo directamente                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 15. Cuales considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                    | Es un mercado que crece rápidamente, Fácil acceso, Buen contacto con el cliente<br>Desventajas: No son muchas, pero considero que lo que se maneja mal puede llegar a tener gran difusión y crear mala imagen | Como ventajas ahí muchas, en el marketing digital deja mucha rentabilidad en el producto a un bajo costo , el marketing digital se encarga de ofrecer los servicios con un bajo nivel de operación frente a estos pues se todo esta basado en software lo que obliga a tener automatizadas las aplicaciones. DESVENTAJA podría anotar la inseguridad a lo que se somete una empresa cuando decide realizar un sitio de e- Commerce pues básicamente que el core de su negocio quede expuesto en el internet y puede incursionar hackers o un usuario malicioso puede aprovecharse de esto para hacer daño o sacar provecho personal. | Creo que son mas las ventajas que las desventajas. Con el marketing digital puedes llegar a un publico que quizá nunca accederás en la vida real. De esta manera estas trayendo a tu negocio clientes en cantidad economizando muchos gastos logísticos | una de las principales ventajas consideraría yo los bajos costos que podemos encontrar en el marketing digital, también el acceso a diferentes tipos de personas y poder masificar la información directamente al nicho de mercado que la empresa trabaja, entre las desventajas encontramos que cada día mas las personas pierden identidad y privacidad |

|            |
|------------|
| Objetivo 1 |
| Objetivo 2 |
| Objetivo 3 |
| Objetivo 4 |
| Objetivo 5 |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                        | RADWIN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | WAVION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | KONECTRA                                                                                                                                                                                                                        | COMCEL / CLARO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                           | Radwin es una empresa israelí líder mundial en el sector de las telecomunicaciones, proveemos soluciones inalámbricas y de acceso a banda ancha, brindándole a los operadores y proveedores de servicios de telecomunicaciones la posibilidad de conectar a sus abonados en cualquier lugar, yo soy el country manager para Colombia y Latinoamérica y estoy en la empresa hace 5 años, | Wavion es una multinacional de origen israelí que ofrece una tecnología basada en Beamforming la cual ofrece una tecnología de doble cobertura y ancho de banda en comparación con las tecnologías convencionales; nuestra tecnología tiene aplicaciones para la conectividad empresarial, acceso residencial, municipalidades, video vigilancia entre otros, yo llevo en la compañía 3 años y soy el gerente para Colombia, Brasil y Latinoamérica | soy el gerente general de una empresa llamada konectra, la cual provee soluciones de información e tecnología en Colombia y tenemos fabricantes en diferentes países como Israel, Europa y estados unidos                       | yo soy el vicepresidente de tecnologías de comcel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3. Dentro del Plan De Mercadeo de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                             | sí, pero directamente en la casa matriz y es manejado en Israel y a nivel mundial, en Colombia nosotros no tenemos esta área.                                                                                                                                                                                                                                                           | No, no tenemos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | No lo tenemos como una división pero sí tenemos un componente de mercadeo digital                                                                                                                                               | tenemos un grupo de dirección que se hace cargo de todo lo referente al marketing y dentro de esta hay unas personas encargadas de manejo de medios electrónicos                                                                                                                                                                                                      |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                 | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | es una empresa de negocio y la parte de mercadeo está relacionada con las ventas porque es una venta constructiva y la relación directa con cada cliente y la otra la forma de hacer y crear la marca para crear reconocimiento | el mercadeo está basado principalmente en la radio, la prensa (nacional o local) y los medios electrónicos (Facebook, twitter y nuestro portal) aunque aun utilizamos medios como volanteo                                                                                                                                                                            |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                              | Nuestro mercadeo digital en Colombia se centra en el envío de mensajes electrónicos, la actualización de la página web y algunos boletines electrónicos que enviamos a nuestros clientes, sin embargo en Israel manejan diferentes herramientas digitales como redes sociales entre otras.                                                                                              | dentro de wavion no manejamos ninguna herramienta en particular, la página web es alimentada directamente en nuestra casa matriz.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | No                                                                                                                                                                                                                              | comscore, estudios locales de navegación, aunque también tenemos un plan de estrategia digital desde los portales, el Facebook y el TW                                                                                                                                                                                                                                |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                 | el sector de las telecomunicaciones es muy reducido a título personal creo que no estamos avanzados en este tema                                                                                                                                                                                                                                                                        | yo creo que la industria en Colombia se está desarrollando, sin embargo como el mercado es tan pequeño este no evoluciona de manera rápida                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | yo creo que no está muy avanzada y está atrasada por falta de conocimiento y no pasa de un mail                                                                                                                                 | el sector se está tratando, por ejemplo hace 5 años se está implementando la facturación electrónica pero aun no está muy avanzada por ejemplo cuando se hacen pagos electrónicos, la parte de recibir pagos electrónicos se está avanzando pero aun no hay los mecanismos de seguridad que el usuario prefiere; pero yo creo que tiene mucho que ver con la cultura. |
| 6. Infiere el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                       | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | no                                                                                                                                                                                                                              | Si por supuesto, hay un porcentaje que tenemos asignado a este tipo de medios, naturalmente la televisión es mucho más cara.                                                                                                                                                                                                                                          |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                                | No                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | No exactamente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | la información general la buscamos por internet pero linkelind me ha servido para conocer personas                                                                                                                              | sí, tenemos una alianza actualmente como Comscore, sin embargo apensar de que tienen una variedad de navegadores pero es muy poco valor lo que nos puede aportar; pero en países como estados unidos es una herramienta muy útil                                                                                                                                      |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | No                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | No                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | lo que estamos haciendo es presencia en internet como la página, las redes sociales (facebook linkelind y tú)                                                                                                                   | sí como ya se explicó anteriormente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                           | Es interno pero se maneja directamente desde la casa matriz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | se maneja directamente desde la casa matriz y es interno de la compañía                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | interno                                                                                                                                                                                                                         | es interno aunque para algunas aplicaciones específicas nosotros contratamos a alguna empresa que se dedique a hacerlo por ejemplo en el tema de publicidad online                                                                                                                                                                                                    |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                             | sí, pero la base de datos no es muy extensa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | se maneja pero el uso es muy relativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | sí manejamos correos con una frecuencia mensual                                                                                                                                                                                 | sí claro manejamos todo el email con nuestros clientes, además en los últimos años nos hemos enfocado en la parte de facturación electrónica por consiguiente la frecuencia es absoluta.                                                                                                                                                                              |
| 11. Cuáles son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen? | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | no lo tenemos medido                                                                                                                                                                                                            | actualmente no tenemos un carro de compra porque las telecomunicaciones en Colombia aun no brindan la seguridad necesaria para poder prestar este servicio pero claramente nuestro objetivo es poder llegar allí                                                                                                                                                      |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                        | Sin Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | no medimos el posicionamiento a nivel Colombia, no se exactamente si la empresa lo hace en la casa matriz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | no                                                                                                                                                                                                                              | lo medimos con comscore                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                           | RADWIN                                                                                                                                                                                                                              | WAVION                                                                                                                                                                                                                                                | KONECTRA                                                                                                                                                                          | COMCEL / CLARO                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)?Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | se maneja directamente desde la casa matriz                                                                                                                                                                                         | Lo manejan directamente en la casa matriz                                                                                                                                                                                                             | lo que queremos es que sea móvil y lo que buscamos es que halla claridad de las fabricas que representamos                                                                        | por clicks, en tw con tagueos                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                      | No lo usamos                                                                                                                                                                                                                        | No                                                                                                                                                                                                                                                    | es la misma persona que maneja la web y lo hacemos simplemente como presencia y yo aun no le he visto aun la ventaja                                                              | utilizamos todas                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 15. Cuales considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                      | el marketing digital es parte de la evolución de las telecomunicaciones que empresas como la mia hacen parte, las ventajas son infinitas pero entre las principales desventajas es la perdida de contacto personal con las personas | Ventajas que actualmente tenemos un mercado mas abierto y conocido por consiguiente toso se puede encontrar y al hacer marketing online se tiene mucho mas poder de negociación y competencia; frente al tema de desventajas la perdida de privacidad | ventaja es que se puede llegar a mas personas mas rápido y las desventajas es que ay tantas comunicaciones por consiguiente la información se puede perder y no tiene profundidad | ventajas la masividad y poder llegar a todas las personas y cada vez hay mas acceso a la tecnología y el reto es como identificar a estas personas (la identidad virtual frente a la identidad real). Una de las desventajas los mecanismo de seguridad y de identificación es un reto muy importante |

- Objetivo 1
- Objetivo 2
- Objetivo 3
- Objetivo 4
- Objetivo 5

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                        | CINTEL                                                                                                                                                                                    | GEEBEE COLOMBIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | HONDA COLOMBIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | MARCALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | SOLUTEK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Podría por favor hacer una breve descripción de su empresa y su cargo. A que se dedica, cuál es su cargo, cuanto lleva en el cargo?                                           | CINTEL es el Centro de Investigación de las telecomunicaciones, estudio y promueve el uso integral de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC). Yo soy el gerente de Mercado | GEEBEE es un club privado de compras por internet ENCARGADA DE MARKETING 1 AÑO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | VENTA DE MOTOS COMMUNITY MANAGER 2 AÑOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MARCALI es un concesionario de vehículos de, si es de marca, trabaja las marcas de Renault, Kia, Mercedes Benz, Citroën, Geep, dge. Coordinadora de medios digitales 3 MESES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | es una empresa que esta dirigida la sector de medianas y grandes empresas, nosotros somos un outsourcing de tecnología empresarial en cual prestamos servicios de soporte servicios de innovación, y desarrollo y tecnología para estas empresas es una empresa que lleva tres años en el mercado GERENTE GENERAL 3 AÑOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 3. Dentro del Plan De Mercado de su empresa ustedes tienen una división especial de e-marketing o mercadeo digital?                                                              | Sí, promovemos too por medio de la Web                                                                                                                                                    | todo nuestro plan de mercadeo gira en el medio digital; no hacemos absolutamente nada más, digamos que no le invertimos a un evento con alguna marca, digamos no le invertimos en ese tipo de cosas. Invertimos más es en la captación de usuarios a través de publicidad online, o a través de contenidos básicamente es eso.                                                                                                                                                                                                                                                            | nos llegan documentos diarios como cuando hay diferentes campañas, igualmente nosotros desarrollamos también ese tipo de ejercicios.                                                                                                                                                                                                             | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | buena la estrategia digital cuando nosotros comenzamos SOLUTEK el presupuesto que teníamos era demasiado apretado, podríamos estar hablando que era unos 5 o 7 millones de pesos yo soy profesional del mercadeo y se que el mercadeo importante para todas las compañías destinar un porcentaje de ese capital para el tema de marketing al marketing tradicional eso no es nada y tampoco le garantiza resultados, comenzamos a colizar o colizar no simplemente como la estrategia digital cuando nosotros comenzamos SOLUTEK el presupuesto que teníamos era demasiado apretado, podríamos estar hablando que era unos 5 o 7 millones de pesos yo soy profesional del mercadeo y se que el mercadeo importante para todas las compañías destinar un porcentaje de ese capital para el tema de marketing al marketing tradicional eso no es nada y tampoco le garantiza resultados, comenzamos a colizar o colizar no simplemente por saber cuanto le puedo colar a uno acceder a un comercial por ejemplo en un horario prime en |
| 3. ¿cómo está estructurado su PDM para este año?                                                                                                                                 | Con modelos de negocio estructurados por CINTEL                                                                                                                                           | todo nuestro plan de mercadeo gira en el medio digital; no hacemos absolutamente nada más, digamos que no le invertimos a un evento con alguna marca, digamos no le invertimos en ese tipo de cosas. Invertimos más es en la captación de usuarios a través de publicidad online, o a través de contenidos básicamente es eso.                                                                                                                                                                                                                                                            | nos llegan documentos diarios como cuando hay diferentes campañas, igualmente nosotros desarrollamos también ese tipo de ejercicios.                                                                                                                                                                                                             | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | comenzamos a colizar o colizar no simplemente como la estrategia digital cuando nosotros comenzamos SOLUTEK el presupuesto que teníamos era demasiado apretado, podríamos estar hablando que era unos 5 o 7 millones de pesos yo soy profesional del mercadeo y se que el mercadeo importante para todas las compañías destinar un porcentaje de ese capital para el tema de marketing al marketing tradicional eso no es nada y tampoco le garantiza resultados, comenzamos a colizar o colizar no simplemente por saber cuanto le puedo colar a uno acceder a un comercial por ejemplo en un horario prime en                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 4. Que herramientas conoce y aplica en su empresa para el elaborar marketing digital en su empresa?                                                                              | Redes sociales y Web page                                                                                                                                                                 | las redes sociales en como Facebook Twitter, digamos que son las mas relevantes para nuestras estrategias, y digamos que otras redes sociales chiquitas en las que todavía nos falta hacer algunas cosas. Google como que no arranca, esta ahí quieto pero la tenemos mas que todo por que tenemos que tener presencia en tema de seos, por lo que en Google.                                                                                                                                                                                                                             | Facebook, Ehhhh Twitter, fliker, youtube                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ellos hacen un año hicieron un pagina web que esta sobre la plataforma jinglo con ciertos módulos y un diseño pues estipulado , sin embargo la persona que estuvo a cargo de hacer el proyecto de la pagina web tal vez no estuvo lo suficientemente asesorada, para hacer un buen producto de buena calidad, que transmitiera una buena comunicación y digamos que la pagina web tiene buena presencia, pero no es lo que el concesionario quiere, no ha dado los resultados que ellos tenían pensado, le invirtieron bastante dinero pero digamos que el proyecto fue abandonado, y cuando llega mi jefe él toma el proyecto de la pagina web y decide centrarme.                          | Facebook, Ehhhh Twitter, fliker, youtube                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 5. Que tan avanzada está en esta industria el marketing digital?                                                                                                                 | Tratamos de estar en la vanguardia                                                                                                                                                        | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 6. Influye el internet en la determinación de los objetivos del PDM general de su empresa?                                                                                       | Generalmente si                                                                                                                                                                           | Totalmente, es nuestro canal de negocio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Es tenido en cuenta pero a nivel de casa matriz                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Hasta ahora se está teniendo en cuenta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Totalmente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 7. Utiliza herramientas online para conocer a su cliente? Cúales?                                                                                                                | Sí, Social media y algunos formularios web                                                                                                                                                | Social media, puras redes sociales, esa es nuestra estrategia para conocer a los clientes básicamente y nos funciona muy bien, la gente nos escribe montones he para conocer a nuestros clientes utilizamos el tema de BackOffice que es los mensajes que los clientes nos dejan en el formulario de consultas que esta en la plataforma, pero de un año para acá nos hemos dado cuenta que las redes sociales son una herramienta fundamental para conocer a los clientes, entonces también la utilizamos como un medio adecuado para saber que quieren, que no les gusta, que marca les | normalmente de las redes se intente tirar tráfico a las paginas sobre todo a través de las noticias que las noticias es la sección que se actualiza con frecuencia entonces esa es una de las maneras de twitar desde ahí como ingresa a Honda comprar de la pagina desde la misma pagina en las redes.                                          | ellos hacen un año hicieron un pagina web que esta sobre la plataforma jinglo con ciertos módulos y un diseño pues estipulado , sin embargo la persona que estuvo a cargo de hacer el proyecto de la pagina web tal vez no estuvo lo suficientemente asesorada, para hacer un buen producto de buena calidad, que transmitiera una buena comunicación y digamos que la pagina web tiene buena presencia, pero no es lo que el concesionario quiere, no ha dado los resultados que ellos tenían pensado, le invirtieron bastante dinero pero digamos que el proyecto fue abandonado, y cuando llega mi jefe él toma el proyecto de la pagina web y decide centrarme.                          | n ese caso nosotros estamos muy en pro de lo que se llama google laps hemos descubierto ciertos CRM mas CRM nos gusta mas los BPM por que integra tanto lo CRM como los ARP; con los cuales dirigimos la empresa como es el caso de visay, en ese orden de ideas el tema de CRM nosotros queremos estará mas la vanguardia de cosas mas avanzadas nosotros implementamos BTM tanto CRM como ARP son herramientas de open, nosotros somos una pequeña empresa y no tenemos todo el presupuesto financiero para invertir                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 8. En el área de mercadeo hay una persona encargada de la publicidad online específicamente?                                                                                     | Somos un quipo que mantenemos todo al día                                                                                                                                                 | tenemos que pautar online en Facebook, si quisiéramos también, eso depende también del tipo de marcas, nos hemos dado cuenta que algunas no funciona bien en algunos sitios como otros si funciona bien en otros sitios y demás, entonces dependiendo de eso hacemos adwords en Google, o hacemos app en Facebook, o simplemente hacemos estrategias de contenidos, o digamos si necesitamos estar muy fuerte de pronto que hay una                                                                                                                                                       | ellos están muy pendientes del departamento de mercadeo mas que todo de los eventos que se hacen por fuera de MARCALI ferias, exhibiciones todo este tipo de cosas tienen que montar los eventos y desmontar, como sabaras esto requiere mucha logística y por lo general ellos no se encuentran en MARCALI, quienes son los que presentan está. | ellos hacen un año hicieron un pagina web que esta sobre la plataforma jinglo con ciertos módulos y un diseño pues estipulado , sin embargo la persona que estuvo a cargo de hacer el proyecto de la pagina web tal vez no estuvo lo suficientemente asesorada, para hacer un buen producto de buena calidad, que transmitiera una buena comunicación y digamos que la pagina web tiene buena presencia, pero no es lo que el concesionario quiere, no ha dado los resultados que ellos tenían pensado, le invirtieron bastante dinero pero digamos que el proyecto fue abandonado, y cuando llega mi jefe él toma el proyecto de la pagina web y decide centrarme.                          | dirigida al tema de mercadeo digital esta persona se encarga básicamente de ser el Community manager es la persona que yo dirigo para atender todas las actividades del mailing todas las estrategias de comunicación que lanza la empresa a través de su portal web y los otros Twitter, Facebook todos lo medios digitales que tenemos para comunicarnos con la cliente potencial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 9. El administrador de su página es externo o interno?                                                                                                                           | Somos nosotros mismos                                                                                                                                                                     | Nosotros mismos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Honda directamente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Nosotros mismos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Nosotros mismos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 10. Manejan e-mail Frecuencia y uso.                                                                                                                                             | Sí, de acuerdo a la necesidad                                                                                                                                                             | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 11. Cúales son los factores claves de diseño para su sitio web, Cómo lo promociona, Cómo mide la efectividad del sitio? Maneja el carro de compras?, Qué medios de pago existen? | que sea simple y fácil para los consumidores Se promociona por Google Adwords, Facebook ADS, por medio de las redes sociales y la página de internet                                      | Se responde con la pregunta 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Se responde con la pregunta 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Se responde con la pregunta 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Se responde con la pregunta 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 12. Cómo mide el posicionamiento de su empresa en la web?                                                                                                                        | No medimos el posicionamiento de la compañía en lo web                                                                                                                                    | Utilizamos la herramienta de Google, utilizamos los in site de Facebook social makers que es una buena herramienta. Ehhhh y básicamente esas son nuestras herramientas mas importantes. Osea son básicamente las que utilizamos acá, en cuanto redes sociales y en cuanto visitas a nuestro blog.                                                                                                                                                                                                                                                                                         | en un inicio usábamos las propias que le acarreado a uno que cada uno tiene sus analíticos y también hemos usado herramientas como radian 6 twi rich o algunas otras normalmente construimos los informes a partir de los mismos análisis que le brinda la red a uno                                                                             | diversas herramientas que nos permiten herramientas gratuitas como herramientas pagas que nos permiten conocer las mediciones y de la redes sociales yo personalmente no se como diríamos coloquialmente cada uno mira como mata sus pulgas y personalmente soy muy usuaria de hosting de la versión pro la versión pro te da las estadísticas y le dice las hora que tu comunidad si por que ya no es la comunidad de general Facebook que en Estados Unidos que eran las estadísticas que uno podía conseguir hace 6 meses y cuando se conectan y cuantas horas pasa la gente en Facebook estas herramientas te permite conocer a que horas esta conectada tu comunidad le permite conocer | nosotros vamos muy en pro de lo que es la tecnología de google laps en ese orden de ideas nosotros tenemos digamos el tracking se realiza todo por google analytics si? Dentro del google analytics sabemos por ejemplo, que cantidad de visitas tenemos en un día cuales son las palabras claves por las cuales entran, sistema operativo por lo cuales entran a nuestra pagina que lenguas si? Además de eso el google analytics lo mezclamos con herramientas de web master de google o también lo miramos con, miramos las tendencias de las palabras, por ejemplo nosotros vamos hacer una campaña de mercadeo y miramos cuales son las palabras claves con las cuales las personas llegan a ciertos segmentos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| PREGUNTAS                                                                                                                                                                                                                                           | CINTEL                                                                                                       | GEELBE COLOMBIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | HONDA COLOMBIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | MARCALI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | SOLUTEX                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13. Qué estrategias de comunicación utiliza en los buscadores? Cuáles son los parámetros de medición en la web (referers, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)?Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? | Temática relacionada                                                                                         | Sem, SEO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | NA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Posicionamiento Natural                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 14. Están utilizando las redes sociales? cómo lo hacen? Con cuánto tiempo? Quién lo hace? Cómo lo ejecutan? Quién maneja la información de las redes sociales?                                                                                      | Si utilizamos las Redes Sociales, diariamente. De acuerdo a temática importante el equipo decide que se pone | YO tenemos que pautar online en Facebook, si quisiéramos también, eso depende también del tipo de marcas, nos hemos dado cuenta que algunas no funcionan bien en algunos sitios como otros si funcionan bien en otros sitios y demás, entonces dependiendo de eso hacemos adwords en Google, o hacemos app en Facebook, o simplemente hacemos estrategias de contenidos, o digamos si quisiéramos pautar muy fuerte de pronto que hay una marca fortísima, que sabemos que va a reventarla pues, y nos va traer muchos usuarios. Lo hacemos en mcm | Mediante la Agencia , que somos nosotros                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | , esta conformado por un jefe de mercadeo que es una persona que esta allí hace mucho tiempo, sin embargo ellos están muy pendientes del departamento de mercadeo es mas que todo de los eventos que se hacen por fuera de MARCALI ferias, exhibiciones todo este tipo de cosas tienen que montar los eventos y desmontar, como sabaras esto requiere mucha logística y por lo general ellos no se encuentran en MARCALI, quienes son los que realmente están poniendo objetivos, el director comercial y el de mercadeo que es mi jefe que se llama Antonio Rangel Serrato y yo que es quien le va dar todo el proceso de redes sociales y de comunicación marketing                                                       | hay varias personas y una de esas personas esta dirigida al tema de mercadeo digital esta persona se encarga básicamente de ser el Community manager es la persona que yo dirijo para atender todas las actividades del mailing todas las estrategias de comunicación que lanza la empresa a través de su portal web y los otros Twitter, Facebook todos los medios digitales que tenemos para comunicarnos con el cliente potencial.                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 15. Cuales considera que son las ventajas y desventajas del marketing digital?                                                                                                                                                                      | Ventajas, crecimiento de mercado. Desventajas, inseguridad y desconfianza                                    | para mi no existe ninguna desventaja sabes tener presencia en internet tiene mas ventajas, pues digamos no hay desventajas la verdad, puede que haya comentarios donde la gente es histérica o donde la gente escriba mal de la marca y demás pero para eso estamos en internet para responder esos comentarios y saber que es lo que pasa. Pienso que no hay ninguna desventaja.                                                                                                                                                                  | a nosotros nos ha ido muy bien ultimamente con los últimos post que hemos hecho pero desea todo partió por que en enero hicimos un ejercicio dentro de la empresa junto con el cliente, que era como una construcción de una personalidad para la marca a partir de eso quedaron claros como unos lineamientos pues como unos temas de nuestros contenidos, y el año pasado en Halloween nos fue muy bien con unas imágenes que hicimos, y la semana pasada o antepasada fue también muy beneficiosa tanto como yo te dije ahorita que yo monitoreo normalmente la competencia entonces yo sabia cual de todos quien tenia en el historial mas alto o cual pos de la marca habian compartido mas es como lo mas | esas unas de las desventajas que tiene MARCALI en este momento y es que digamos es que nuestro CRM no es lo suficientemente optimo como para lograr mantener al cliente, obviamente lo asesores después de que a ti te venden un carro independientemente si llegaste por la pagina o llegaste o por que pasaste por ahí y viste el carro, ellos hacen un seguimiento a todos los negocios que tienen en contacto, si tu me dices dígame que personas compraron un sanderero en MARCALI yo te tengo el Excel, y ellos digamos por ejemplo salió le Sanderero 2013 entonces ellos llaman a todos los contactos que hace mucho tiempo compraron un sanderero, y les dicen dígame cambie su sanderero por que usted va comprar | yo que mas esta aumentando es la penetración del internet, los Smartphone son de hecho mas comunes hoy en día en Colombia que en otro país latinoamericano se supone que por cada persona ya hay una Smartphone o uno y medio algo así estuve leyendo, entonces pues yo creo que a futuro es una ventaja genial que uno este comenzando a trabajar en eso desde ahora y no después para mí yo creo que esta es la tecnología del futuro y de hecho las empresas que mas se vuelven fuertes en internet por la estrategia de marketing digital o su imagen corporativa en internet como le quieran llamar pues van a ser las empresas mas grandes en el futuro incluso mas competitivas que las empresas que hoy en día |

|            |
|------------|
| Objetivo 1 |
| Objetivo 2 |
| Objetivo 3 |
| Objetivo 4 |
| Objetivo 5 |

| PREGUNTAS                     |                                                                                   | CAINKADE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | BLOGOSFERA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | GET LINK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. Conocimiento de la empresa | 1. Podría hacer una breve descripción de la empresa.                              | Nos dedicamos en hacer aplicaciones móviles la empresa la montamos en New York y básicamente lo que hacemos es hacer las aplicaciones móviles acá y venderlas allá entonces obviamente está relacionado con el tema de mercadeo digital por que entramos en una aplicación móvil.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | El objetivo es generar medios de información periodística en este momentos tenemos dos la silla vacía de medios de información política y cien maneras sobre tendencia y vanguardias frente a diferentes temas adicional a esto un laboratorio creativo interno que ayuda a sostener económicamente a estos medios periodísticos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Get link es una agencia digital se dedica al desarrollo de plataformas estratégicas digital para las marcas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                               | 2. ¿Cuanto tiempo lleva la empresa en el mercado?                                 | 6 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Como empresa nos constituimos en enero de 2009 el primer medio salió al aire el 30 de marzo de 2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Get link fue fundada hace 5 meses en realidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                               | 3. Cuenta la empresa sólo con capital propio o tiene algún inversionista externo? | Son con capital 100% propio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | La silla vacía que fue el proyecto inicial arranco con un beca de 60.000 dólares que se gano juanita león que es la directora, el cual fue el capital semilla además tenemos una junta directiva de socios que dio un capital. Actualmente algunas entidades internacionales apoyan algunos proyectos periodísticos que realizamos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Propio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                               | 4. ¿Qué cargo ocupa usted y cuánto tiempo lleva desempeñándose en este cargo?     | Gerente general en Colombia y socio de la empresa y llevo un año largo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Yo inicie con el proyecto de la silla vacía como idea como dos años antes que la gente lo viera al aire y desde cuando se constituyó la empresa yo he sido la directora creativa ahora la directora de sin maneras que fue el otro proyecto que lanzamos y la directora del proyecto creativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Actualmente soy gerente de Get link, desde que fundamos la empresa, pero en el mundo digital llevo trabajando 5 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                               | 5. ¿Cuál es su público objetivo?                                                  | Son empresas grandes de entretenimiento en Estados Unidos, por decirte algo la ultima aplicación que hicimos que fue bastante exitosa la hicimos para Show time que es un canal competencia de HBO en Estados Unidos y en la parte de entretenimiento hemos hecho aplicaciones móviles para empresas de la industria farmacéutica Como para Jhonson y Jhonson, hemos hecho cosas también para la industria de prensa, por ejemplo para un blog muy famoso. Las industrias son variadas y nuestros públicos objetivos son empresas grandes y dispuestas a hacer una inversión muy importante en el área digital ubicadas en estados unidos. | Tenemos tres públicos objetivos que son distintos, la silla vacía le apunta a un público de nicho de personas interesadas en análisis de temas y análisis de política y de poder en el tema de Colombia, cien maneras apunta a un público más amplio pero sigue siendo de nichos pequeños interesados en temas como arte, de tendencias o de consumo y el laboratorio creativo a públicos mas amplios de gente que quiere montar medios de comunicación. Siempre y cuando el público acepte las condiciones de blogosfera que nosotros no hacemos publicidad, sino hacemos trabajos de transparencia, para empresas que quieren establecer modelos de comunicación transparente con comunidades offline a partir de proyectos online.            | Le aportamos principalmente a las medianas empresas y a los clientes grandes a todos con los que podamos hacer alianza con BTL.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                               | 6. ¿Podría darme una breve descripción del mercado del marketing digital actual?  | En general hoy toda empresa quiere ingresar a Internet debe tener un presupuesto definido para hacer el marketing digital. En Colombia especialmente muchas empresas no son consientes que definitivamente vale la pena entrar en Internet, entonces en cuanto herramientas de la industria y todo está totalmente lista, pero el reto es por lo menos en Colombia es convencer a las empresas de que un presupuesto en digital vale pena, En cuanto la parte tecnológica es una industria sumamente cambiante entonces digamos que las herramientas que en este momento funcionan pueden que muy pronto ya no, entonces este un reto.     | El marketing digital como otras actividades en red hasta ahora estamos descubriendo a prueba y error que funciona y que no funciona. Lo que mejor funciona es conocer el funcionamiento de la red y el funcionamiento de los usuarios es decir como los usuarios se comportan en la red y a partir de ahí crear unos canales de comunicación con las audiencias específicas y promover los mensajes que uno quiere. Hoy todos estamos vamos hacia donde están nuestras audiencias. El marketing digital tiene como un primer reto como primer reto es crear sus propias redes e insertarse en las ya existentes y la segunda es ser lo suficientemente creativo para superar la creatividad de los usuarios, para lograr ser visibles en la red. | El marketing digital en Colombia ha venido creciendo un montón y creo que en este momento se volvió una moda para los clientes, queriéndole dar la importancia que tiene pero pocas personas han logrando encontrar el verdadero camino. En el mundo general en Colombia se ha empezado a trabajar ese tema de conciencia de si o si hay que pasar a desarrollar plataformas de marketing digital para el crecimiento de las empresas por que el público cada vez es más joven.<br><br>Considero que falta muchísimo, países como México, Argentina, Chile, nos lleva una ventaja bien importante y nada que comparar con estados unidos y el reino unido.<br><br>Pero en términos generales creo que Colombia ha avanzado muchísimo en estos 5 años y las expectativas de Colombia es seguir creciendo |

| PREGUNTAS              |                                                                                                                | CAINKADE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | BLOGOSFERA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | GET LINK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| II. Aspectos Generales | 7. ¿Qué herramientas de marketing digital han surgido y cuales de ellas son las más utilizadas?                | <p>Para la parte de redes sociales lo más importante es medir la interacción de los usuarios y para eso hay una herramienta muy famosa que se llama HootSuite esta es la mejor conocida y de mejor reputación, esta herramienta prácticamente lo que te permite es programar unos contenido que automáticamente se postean en las redes sociales sin que una persona tenga que hacerlo manualmente y automáticamente te genera reportes sobre el comportamiento que tuvieron los en las redes sociales respecto ese contenido que posteaste.</p> <p>En cuanto mercadeo y motores de búsqueda hay muchas herramientas porque hay muchas cosas distintas por medir, pero la herramienta principal para hacer mercadeo y motores de búsqueda es Google addwords que con básicamente esos avisitos de texto que aparecen en el motor de búsqueda aunque también hay algo que se llama Google Display Network que permite no solo pautar con palabras o mensajes de texto sino con imágenes y video</p> <p>Los otras herramientas tienes que ver más con monitoreo en cuanto motores de búsqueda por ejemplo Google analytics que te permite saber exactamente el comportamiento que tienen los usuarios en tu pagina web o en el desempeño de las campañas de pautas que haces por medio de Google Doodles.</p> <p>También hay otras que le sirven mucho a la gente de investigación como Google insights muy buena que arroja estadísticas sobre que búsqueda hacer la gente desde donde, con que paginas con que palabras entonces puede ser muy útil para una persona que tengo una página web porque a veces la gente en Internet te busca de una manera que jamás pensarías</p> | <p>Un tema fundamental es el prestigio web donde se trata de establecer que nivel de prestigio en la web y como se ha construido la imagen que está en la red y a partir de allí se empieza a tratar de construir una imagen.. Inicialmente cuando la gente pensaba en marketing y publicidad lo que hicieron fue trasladar el modelo, pensaron que eso se podía hacer en un solo día con campañas de mercadeo y banner publicitarios.... Pronto se dieron cuenta que eso no es suficiente, en realidad lo que tienes que pensar es que el marketing como el periodismo está tratando de encontrar un camino que es distinto y es generar nuevos métodos de relación, hoy las grandes firmas o empresas tienen paginas mucho más sofisticadas que son mucho más interesantes y que permiten interactuar los posibles consumidores o clientes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Herramientas hay muchas, dentro del tema de planificación publicitaria, (donde poner los banner) las más utilizadas en Colombia son: conscott, plataforma internacional que mide el tráfico de los website y las audiencias, es el equivalente al IBOPE. de los medios tradicionales también está el Add Planner de Google que es una plataforma muy utilizada y gratuita.</p> <p>En el tema de los desarrollos web y demás plataformas como Google Analytics sirven para determinar el tráfico de tu website y los comportamientos de los usuarios en el mismo, también, OMNI.CC tuik que también son plataformas para medir tráfico y generar estadísticas, eso se llama web Analytics , esas últimas, tienen costo y es una licencia bastante costosa.</p> <p>En redes sociales facebook es la más utilizada no es un misterio twitter, youtube, Colombia es uno de los países que mas consume videos de youtube, pero es uno de los países que menos contenido genera.</p>                                                                                                                          |
|                        | 8. ¿Cómo se relaciona el marketing digital con el marketing tradicional y que beneficios y desventajas tienen? | <p>La primera ventaja del marketing digital es que la inversión es mucho menor respecto al marketing tradicional.</p> <p>El potencial de viralizacion o de difusión de un mensaje en marketing digital es muchísimo más poderoso</p> <p>En cuanto desventajas como es una comunicación de doble vía es mucho más vulnerable, en el marketing tradicional cuando tu posteas un comercial si la gente te critica no te hace tanto daño, pero si lo haces en redes sociales si tu posteas un comercial y a la gente no le gusta tu tienen una respuesta inmediata y un mal mensaje por parte de los usuarios se difunde rápidamente. Y como opinión personal es que a veces siento que en marketing digital por lo menos en la parte de redes sociales específicamente la credibilidad es un poco menor al marketing tradicional</p> <p>En cuanto la parte de mercadeo y motores de búsqueda total, aunque la inversión no necesariamente es más baja que en el mercadeo tradicional, pero la efectividad y el trafico que genera en la pagina es totalmente evidente, es mucho más fácil monitorear la efectividad de una campaña en medios digitales que en medios tradicionales.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>El marketing digital una ventaja y es que tú tienes una medición permanente y automática real del efecto que eso tiene, cuando se pone un aviso en un medio impreso lo que se hace es un acto de fé....La ventaja del internet y la publicidad es que todo es medible, cada vez que se pone un banner se sabe exactamente cuanto gente hizo un clic además de mediciones de efecto cuando la campaña te permite.</p> <p>En el tema del marketing funciona un poco similar ya que se tiene control de lo que se genera pero no sobre los usuarios y de lo que los usuarios generan entorno a un mensaje, te permite tener esa retroalimentación de manera directa y ver si las estrategias de marketing están funcionando o no, teniendo una interpretación directa sin ser interpretada por una agencia. Logrando generar una comunicación menos interpretativa más directa, mas veras con respecto al cliente final, con los que hacemos mercadeo poder ver donde atinamos y donde fallamos y poderlos actuar inmediatamente. Otras de las ventajas es que hacer mercadil monitorear la efectividad de una campaña en medios digitales que en medios tradicionales.</p> <p>n ver porque eso les ayuda a entender cómo se mueve la página y nuestra audiencia , para las campañas de mailink la hacemos por un software que se llama ymlp. Com uno se sus</p> | <p>No sé si son dos tipos de marketing diferentes en realidad yo siento que el mal llamado marketing tradicional un poco de verlo como se venía manejando hace muchísimo tiempo naturalmente esta migrando a las plataformas digitales, eso no quiere decir que todo se vaya a volver digital esta que no todos los públicos objetivos funcionan de esta forma. En Colombia existe una limitación con los estratos bajos, en los estratos más bajos en términos de penetración digamos que aquí es más fuerte estratos dos tres cuatro cinco y seis el intermedio es muy fuerte los productos de consumo masivo tampoco tiene muchísimas oportunidades en el tema digital por la penetración pero el tema de marketing digital y marketing tradicional simplemente es que no han aparecido nuevas herramientas y un nuevo consumidor , por eso creo que el marketing tradicional esta migrando al tema digital, bien fuerte y lo considero como una evolución del marketing. No son dos tipos de marketing diferentes y es un tema relacionado netamente con el cocil monitorear la efectividad de una</p> |
|                        | 9. ¿Cuales son los requisitos básicos para poder desarrollar una campaña de marketing digital?                 | <p>Es una sola pregunta y es Cual es tu estrategia digital. No vale la pena empezar a pautar y abrir paginas en Facebook si cuentas en twitter si no sabes exactamente que quieres lograr, que acciones y tácticas tienes para lograr ese objetivo. Esa es una pregunta fundamental y se debería realizar antes de empezar a invertir dinero.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Uno conocer la red profundamente sus dinámicas y sus características, segundo identificar las audiencias a las que realmente uno les quiere llegar y salir a buscar esas audiencias en la red ... Trabajar en mensajes que sean claros que permitan la interacción y construcción del usuario y ser completamente creativo y claro para distinguirse entre un montón de gente y finalmente tratar establecer canales de comunicación transparente si no la gente siente que las estas engañando.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                 | CAINKADE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | BLOGOSFERA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | GET LINK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | 10. ¿Como se establecen las técnicas que deben utilizar en dichas campañas?                                                                     | Debes definir que incentivos le vas a dar a la gente, que mensaje les quieres mandar, como piensas responder al posible feedback negativo o positivo de la gente, cual es el concepto creativo que hay detrás de la estrategia, cual es el gancho que vas a usar para que la gente realmente responda y se identifique con tu marca. Una vez está esta pregunta resuelta ya el resto son acciones tácticas. Pero los más importante es toda la parte conceptual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Depende del cliente o del producto, no es lo mismo hacer marketing para una página, que para productos de consumo masivo o para compañías con tantas complicaciones con la lectura que tienen los usuarios por que se buscan efectos muy distintos y la manera de establecer confiabilidad y confianza entre los receptores de los mensajes es muy distinto en los tres casos. Depende mucho del producto que se quiera trabajar, y de entender las diferencias y siempre tratar de identificar que es lo que el usuario quiere saber sobre mi y si yo se lo estoy diciendo en este mensaje de mercadeo, si es útil para ellos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|           | 11. ¿Quién se encarga de administrar las herramientas y la información dentro de la empresa? Para qué utilizan esta información?                | La administración de herramientas y la generación de reportes generalmente la hace una persona que debe tener un poquito de conocimiento técnico, no mucho, en mi empresa para algunos proyectos lo hago yo, para otros proyectos más sencillos lo puede hacer la persona del departamento creativo, pero en general si hay que saber un poquito frente al tema (capacidad de análisis, saber interpretar que cosas pueden estar afectando los indicadores que tengo ahí, que variables importan cuales no)<br>Básicamente con la información que obtenemos con estas herramientas es actuar con lo que indican estos reportes, básicamente es responder y reaccionar frente a los reportes que votan estos indicadores.                                                                                                                                                                                                                                       | Nosotros tenemos dos maneras de las que obtenemos información de nuestros usuarios, una que es de usuarios generales, que lo hacemos a través del medidos de google analytics, donde tu puedes ver al mes número de visitantes, de donde venían estos visitantes (país, ciudades) a qué hora, que días, que es lo que más vio, lo que menos se vio que notas tuvieron éxito y cuáles no, este es un tipo de información para ver el panorama general, es un seguimiento exhaustivo del comportamiento de la empresa dentro del sitio<br>Una segunda manera para recoger datos es con la gente que se registra en la pagina, donde están una seria de datos que son útiles para sacar un perfil de usuario que tiene cosas como genero edades niveles de formación, donde estudiaron donde nacieron y así poder conocer si nos está leyendo la gente que nosotros queríamos que consultara el medio<br>Esta información la persona que comercializa la pagina luisa corrales, juanita y yo para conocer si estas cumpliendo los objetivos, donde tiene crecer el tráfico entre otras razones, además yo soy de la política de que todos los periodistas lo deben ver porque eso les ayuda a entender cómo se mueve la página y nuestra audiencia | Depende de que plataforma estemos hablando, si es website existe el experto en web analytics si es un el tema de planificación pues es la persona que está sentada planificando todo el tiempo, cas a herramienta tiene un encargado para eso, eso pasa mucho en el tema digital y es que las personas se especializan en diferentes ramas por eso es que si tu vas a ver hay personas que se especializan en rede sociales pero no tienen ni idea de web analytics. En la parte digital hay un a segmentación de perfiles de personas bastante fuerte.                                                                           |
|           | 12. ¿En que casos es recomendable o no utilizar una estrategia de marketing digital?                                                            | Todo depende de lo que esperas de la inversión de marketing digital, por ejemplo si la campaña que tu quieres es para posicionar marca, por ejemplo una estrategia de redes sociales te puede funcionar perfectamente y pude tener todo el retorno que tu esperas. Pero si tu campaña es convertir a ventas una estrategia en redes sociales puede ser muy decepcionante<br>Dependiendo los objetivos que tu tengas convenio o no conviene invertir en digital lo que si puedo decirte es que hay herramientas que son gratis que no cuestan nada y que definitivamente no pierdes nada y puedes ganar mucho. Cualquier empresa podría abastirse de esas cosas gratuitas que no generan mucho esfuerzo y que si hay mucho por ganar                                                                                                                                                                                                                            | En todos los casos es recomendable si lo haces bien y si estás segura que las gente que quieres atraer está en la red, porque a veces la gente hace campañas enorme pero el 80% de la audiencia está en la gente que no se conecta pues ahí vas a tener efectos solo del 20% de la población.<br>Para los productos masivos tiene mucha significación porque toda la comunicación en internet se da a través de procesos de vitalización y eso en los casos de marketing y publicidad es muy bueno primero por que abarata los costos y segundo las piezas de puelven iconográficas cuando están bien hechas, la gente las circula y se vuelve un voz a voz para genera una posicionamiento de manera mucho más sencilla y mucho más fácil y barata... Tiene un efecto más directo con el publico... cuando se hace una comparación con los medios impresos no es posible ay que la gente está en Internet.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Yo siempre he dicho que si hay o no una estrategia digital, es saber si el consumidor al que le queremos llegar tiene o no acceso a las plataformas digitales, eso es para mí la regla de oro, de cuando de ir o no, una estrategia digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|           | 13. ¿Considera usted que una estrategia de marketing online debe ir acompañada de una estrategia de marketing offline?, Explique los casos.     | Si total, ese es un error que cometen muchas empresas, más que un error es algo que no aprovechan, ya que si tú haces una estrategia de marketing digital con una offline pues digamos que le la efectividad de esta campaña puede ser muchísimo mayor. Y si tu arrancas con algo digital y sacas algo offline puedes complementarlo mucho mejor. Definitivamente complementar online con offline es útil y súper efectivo, claro que hay que saber cómo se complementa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Mucha gente lo hace y creo que está bien, y tiene sentido cuando tú no estás seguro que toda tu audiencia está en la red o no estás seguro si tiene conexión, ya que en algunos países como en Colombia los niveles de conexión siguen siendo bajos. Si la mitad de tu audiencia está en la red y la otra mitad esta off line tú tienes que apuntarle a ambos lados. Esa es la única manera que vale la pena porque si salo se hace por reforzar una publicación online no vale la pena.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Es necesario. Anteriormente cuando yo trabajaba en initiative comprobamos cine por ciento que las campañas que mejores resultados generan son las campañas que tienen una mezcla de medios tradicionales por que la convocatoria que te genera un medio como radio es muy difícil que te la genere uno digital, que la velocidad que lo hace radio, o el alcance que tiene la televisión es muy difícil alcanzarlo con uno digital. La mezcla de medios en general potencializa muchísimo el crecimiento digital, por eso nos es cierto que este acabando con el crecimiento digital sino simplemente hay que saberlos articular. |
|           | 14. ¿Que items se deben incluir dentro de un presupuesto para la realización de un Plan de Marketing digital?                                   | Depende de las estrategias y las tácticas a utilizar, una vez definido puede empezar a definir cuanto presupuesto le vas a meter a cada una de las redes, sea en pauta o sea pagarle a un community manager para que esté haciendo ruido por ahí, etc. Los primeros items en los que yo pensaría son:<br><br>Cuáles van a ser los campos de acción ya será redes sociales o motores de búsqueda y luego empezar a discriminar presupuesto para cada uno de esos items<br><br>También tener en cuenta los recursos o las personas que va a necesitar para hacer esto en la parte de redes necesitas un community manager o en la parte de investigación u apersona encargada del análisis.<br><br>Básicamente en que sitios de la red voy a estar o voy a pautar y que personas voy a necesitar y por último que es el más importante es el presupuesto de pauta, un presupuesto que solamente sea consumido en avisos sea donde sea que se vaya a ir a mostrar | Depende mucho de lo que quieras hacer pero como cosa principal.<br>• Gasto creativo y creación de la campaña, es decir el creativo, el trabajo de pre producción y producción de la campaña. Empezando desde el trabajo de investigación de mercado, investigación de audiencias, investigación misma del producto, potencializacion de la campaña, lo que quiere lograr.<br>• Piezas montaje y todo el desarrollo (diseño y desarrollo)<br>• Seguimiento a la campaña diario                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | El principal son los objetivos del cliente, siempre las estrategias que uno desarrolla apuntan hacia los objetivos del cliente, pero una de las grandes ventajas que tiene el marketing digital es que todo es medible, que tu puedes decirle si quieres lograr el 100% el cuenta tanto y si tienes cincuenta pesos va a lograr esto o puedes decirle cuánto va a alcanzar                                                                                                                                                                                                                                                        |
|           | 15. ¿Qué soporte técnico (suficientes recursos de hardware, software y aplicaciones) debe tener una empresa para desarrollar marketing digital? | Un ingeniero de sistemas quien pueda agregarle unos códigos a la página web para que pueda hacer lo que requiere.<br>Para el uso de las herramientas que te comente no necesariamente un ingeniero, pero si una persona que tenga experiencia o que este inmersa en el mundo digital.<br>Hardware muy básico, con un computador portátil puedes hacer todo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | La gente tiene la idea que si no sabe de tecnología está muy perdida en Internet pero cuando tu vez le tecnología en internet tú ves una casa que es chévere es que casi todas las herramientas que son funcionales y están aprobadas son gratis. Ustedes no pagan nada por twitter, por facebook, por el mail. Lo necesario es tener un ancho de banda suficientemente amplio en su servidor para recibir el número de usuarios que van a recibir y segundo si las herramientas son gratuitas para saberlas adaptar para el objetivo específico para lo que quieres hacer con la campaña.<br><br>Existen otro tipo de herramienta que dependen mucho del proyecto o la campaña desarrollar, y casi nadie crea herramientas propias como lo hace el new york time para generar contenido, en estos caso se requiere un programador                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | En este momento el único soporte técnico que debe tener uno es una conexión a internet, y dependiendo la especialización o el tipo de proyecto que desarrolles requiere ciertos profesionales y con diferentes tipos de competencias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| PREGUNTAS                                                              |                                                                                 | CAINKADE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | BLOGOSFERA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | GET LINK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| III. Conocimiento de un plan de mercadeo digital y herramientas online | 16. ¿Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web?           | Nuevamente hago un cuña a la estrategia digital, no es solamente un método sino la combinación de muchas cosas. Puedes hacerlo a través de motores de búsqueda, o puedes hacerlo a través de redes sociales o incluso puedes hacerlo a través de aplicaciones móviles que es la tendencia. En nuestra empresa en particular nos valemos de redes sociales y poco de blog donde posteamos cosas interesantes como para ingenieros que hacen aplicaciones móviles y así volvemos un punto de referencia para ellos. Dependiendo de la naturaleza y las circunstancias de cada empresa tú puedes escoger unas herramientas o otras.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Uno es tener comunicación directa, clara y real con los usuarios, para generar confianza. Lo segundo hacer lo que haces bien hecho, lo tercero y lo que creo que es lo que más funciona es cuando otra gente lo referencia a uno.<br>Para la silla y cien maneras ha sido muy importante es generar una credibilidad sobre la información que hace, segundo establecer una verdadera comunidad con los usuarios y permitirles tomar parte de los debates, convertirse en referencia y ser referenciado por otras personas. Otro es que cuando lograr traer una masa de visitantes te permite tener una visibilidad en los buscadores                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Siempre le he dicho a mis clientes que la principal forma de lograr generar una buena recordación o un buen crecimiento en el tema digital es borrar de la cabeza que somos marcas, en el momento que no soy simplemente un logo y que se vuelve un poco más humanos en ese momento es ahí donde están los factores claves del éxito<br>Otras prácticas son el buen humor, les encanto el tema de fetiches, sorpresas, descubrir cosas, pero principalmente es quitarse un poco quitarse la corbata de empresa y pensar más como una persona natural y estar conectado con las personas. A pesar que hay personas que dicen que el mundo digital está separando a las personas creo que simplemente es que encontramos un nuevo medio que empezó a humanizar la conversación y empezó a exigirle a las empresas no ser empresas y tratar de pensar mas como personas |
|                                                                        | 17. ¿Qué tipo de publicidad online maneja?                                      | La más famosa es Google addword y si tienes plata pues vas a aparecer todo el día ahí, pero una cosa es que aparezcas ahí y otra a que la gente quede enganchada, y llegue a tu website y pues eso depende de tu estrategia de tu concepto creativo, de los incentivos que le des a la gente, el lenguaje, de muchas cosas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Nosotros hicimos una campaña en Facebook de expectativa, montamos un video de expectativa en youtube y montamos una campaña muy chiquita en google durante un mes ahora que ver que efecto tenia de resto siempre lo hemos hecho nuestros canales, nunca hicimos campaña offline nos parecia completamente innecesario.<br>Siempre lo hemos hecho de forma casera, de forma creativa para generarte un tono divertido a la marca y a partir de eso posicionarla. También se ha hizo frre press con los conocidos. Pero lo que más nos sirvió fue que otra gente nos citara, cuando alguien te cita la gente empieza a hablar de ti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Depende primeramente de los objetivos del cliente; si tengo un cliente como directv que solo quiere vender paquetes de publicidad la mejor opción es utilizar los add words que generan un clic derecho a la website y ahí cerrar el negocio. Pero si los objetivos son de Branding, unos buenos banner pueden ayudarle a generar un buen alcance en una audiencia, pero si tu quieres generar una comunidad el mejor camino es utilizar publicidad entre Facebook                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                        | 18. ¿Como se compone una página Web exitosa?                                    | Una de las cosas más importante es lo que en la industria se llama la experiencia de usuario, que está muy atado a la arquitectura de información de la pagina, que quiere decir como está dividida la pagina en que secciones y las funcionalidades de la pagina web, que estos items tengan un nivel de calidad muy alto, la suma de todo esto es la experiencia del usuario. Que finalmente es la percepción o el sentimiento de desarrolla el usuario frente a una página web.<br><br>Por otro lado la gente tiene que saber que existes, aquí volvemos al tema de mercadeo que es el objetivo de esta entrevista, puede que tengas la súper pagina pero si la gente no sabes que existes te da la misma, entonces también tienes que tener el presupuesto para difundir tu página en internet o redes sociales o lo que sea. Y otra coas que depende del negocio que estemos hablando pero una cosa que a mí me parece fundamental hoy en día es que genere contenido y contenido interesante para que cautives a tu audiencia, generar contenido relacionado con lo que haces, no directamente con tu producto y que sea interesante para que la gente te vea como un punto de referencia de información interesante | De varias cosas depende mucho del tipo de página que se quiera hacer. Pero importante que se vea que es una página inteligente, que esta hecha pensando en que los usuarios son inteligentes, segundo una página que logre condensar que es un proyecto online, no que es un proyecto impreso que por falta de plata se hizo en línea, y genera interacción con los usuarios y lograr genera comunidad, si no lograr hacer comunidad entorno tuyo no tiene sentido, y lo que es clave es que será creativa, que sea distinta, que sea clara, mostrar el por qué es útil y el valor agregado que tiene frente a otras.<br>En Colombia es claro que el tema de registro no he tenido éxito, la gente no le gusta registrarse y la que se registra se registra con nombres falsos. La gente se registra cuando considera que es útil, cuando esta enganchada cuando has logrado generar fidelidad. Algunos concursos generan oleadas de tráfico pero no fidelidad. Tu logras genera fidelidad cuando logra generar un comunidad con los usuarios, cuando logras identificar sus intereses y los satisfaces y no les mientes. | A mi modo de ver tres elementos claves: uno es todo el tema de navegabilidad: que sea fácil y sencillo de navegar, que sean páginas web mas horizontales que verticales, es decir que tu no tengas que hacer 20 clics para llegar, sino que con dos o tres clics puedas llegar al artículo, otro tema va mas allá del diseño el 90% de los clientes se fijan de cómo está la pagina y no en lo que existe por detrás, que son los motores de búsqueda, porque ellos son los que reportan en promedio entre el 40 y el 50% del tránsito de tu pagina web y el contenido de la pagina web, que sea relevante para los clientes.                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                        | 19. ¿Cómo están utilizando las redes sociales en un plan de marketing digital?. | Nosotros buscamos que por lo menos cada dos meses definir una serie de temas que queremos investigar y queremos compartir con la gente una vez que esos temas ya están definidos usamos una herramienta para generar unos post y no que necesariamente tenga que estar una persona ahí encima haciéndolo manualmente todos los días. Pero para las empresas que son de consumo masivo si necesitas de un community manager que este mirando todos los días que responde la gente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Nosotros tenemos 4 cuentas una que es la normal de la silla vacía donde hablamos de forma directa con los usuarios respondiendo lo que preguntan o les contamos lo que va a pasar, tenemos la silla oye que simplemente dónde se re twitean los twitter que caben resaltar, esta la otra cuenta en twitter que es la silla en vivo que es solo para trasmisiones en vivo, y la otra que es la silla dice que es donde tenemos el flujo de información donde colgamos información de todos lo medios que crees que la gente debe leer. Tenemos grupo de Facebook donde hay un grupo de seguidores ahora tenemos un grupo de fans que nos sigue. Adicionalmente cuando sale una historia digamos de Petro, vamos y buscamos en la red todos lo grupos que hablan sobre Petro y están interesados en Bogotá y les enviamos en link, es ahí donde te digo que hay que ir por las audiencias y ahí es cuando empezias a construir un nuevo grupo de seguidores                                                                                                                                                                 | El que esta frente a clientes es el estrategia de social media es la que lleva al detalle todos los movimientos que la marca va ir haciendo en las redes sociales, esto normalmente es una planificación que no tiene menos de 5 meses, que sufre modificaciones. Después esta el community manager que es la persona que está sentada frente al facebook a la rede de social media que sea, hable con la gente, esta todo el tiempo al tanto de lo que sucede y solventa las dudas que tengan. Otra parte importante son los socializer, son esas personas que están todo el tiempo en la web y tienen muchos seguidores y que son las que motivan la conversación en tu pagina, es súper importante tener ese tipo de contacto para atraer y generar seguidores de forma más eficiente                                                                             |
|                                                                        | 20. ¿Cómo utiliza usted eMail Marketing?                                        | En cuanto herramientas hay muchísimas y la mayoría son gratis y las que no son gratis son realmente baratas. Nosotros para nuestra empresa usamos una herramienta que nos gusta mucho y se llama mad mimi que es súper barata y fácil de usar, uno puede armar email bonitos no solamente texto plano, sino con fondos, imágenes y es muy fácil de usar.<br><br>Volviendo a la parte de contenidos, cuando mandamos mails no los mandamos para vender si no los mandamos para compartir información importante para la gente.<br><br>No lo hacemos tan frecuente para no ser una fuente de spam, lo mandamos cuando algo es realmente importante o atractivo para la gente, esto depende de la empresa pero en mi concepto no se debe enviar más de una vez al mes<br><br>La construcción o alimentación de las bases de datos puede ser de forma off line donde tú le solicitas el mail a tu cliente otra forma es por medio de tu pagina web tu ofreces un formulario y la gente se suscriba, aunque yo podría decir que el 99% de las personas ya no lo hacen. También por Facebook, puedes lograr que la gente comparta su correo contigo. O la otra forma también es comprar bases de datos segmentadas               | Lo usamos poco porque no nos gusta saturar, nosotros enviamos un boletín diario de actualización, lo que nos sorprende mucho es que lee el boletín no lee la silla, hacemos boletines extraordinarios en campañas específicas o cuando pasa cosas extraordinarias o la silla va a hacer algo, siempre tratamos que sea para cosas muy útiles y de información de la pagina muy específicas, en cien maneras tratamos de hacerlo lo menos posible solo lo haces una vez a la semana con un boletín de las noticias semanales.<br>Nosotros tenemos una empresa contratada con la que realizamos todos los envios pero no recuerdo como se llama, que dependiendo el número de usuarios te cobra, te la activan y después puedes hacer uso diario para mandar los boletines.<br><br>Las bases de datos las alimentamos por medio de los registros de la página                                                                                                                                                                                                                                                               | Hay una plataforma que tiene un servicio online que te permite mandar varios e-mails al tiempo, como una base de 100.000 contactos en 5 minutos, es súper eficiente y lo más importante de hacer estos envios es que puedes rastrear que pasa con ellos, cuantos los abrieron, cuantos rebataron, quienes hicieron clic y fue a la pagina o no. Lamentablemente es una herramienta que en Colombia se quemo por malas prácticas, porque nos llenaos los correos de spam y de cadenas, pero es una herramienta de fidelización, que una vez que tu agarraste tu cliente no lo deja ir nunca, pero salir a buscar nuevos clientes con el email marketing está bien complicado.<br>La frecuencia depende del tipo de comunicación y el trabajo que estés realizando y depende mucho del usuario y la categoría, yo no hago más de un mail en quince días,               |

| PREGUNTAS                                            |                                                                                                                                                                        | CAINKADE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | BLOGOSFERA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | GET LINK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | 21. Puede explicarme algunas estrategias de generación de demanda SEO / SEM, sus ventajas y desventajas.                                                               | <p>Los objetivos de SEO básicamente consta de dos cosas primero que es hacerle saber a Google que tu existes y como segunda parte tiene algo que se llama ranking que es una vez que Google sabe que tu existes como hacer que Google te muestre en las primeras posiciones y para lograr todo eso hay muchos factores que influyen tanto internos en la pagina web que tu quieres promocionar como externos como que hablan otras páginas web sobre la tuya y que tantas visitas tienen las paginas que hablan sobre la tuya</p> <p>Y el SEM es pagar par a aparecer, entonces mientras tengas plata apareces de una en los primeros resultados y apareces con mas visibilidad</p> <p>La ventaja del SEO es que es gratis, cuando tu manas a hacer tu pagina web y tienes un buen ingeniero tu puedes hacer que esa persona construya esa página de tal manera que de una vez quede inmersa en Google y después no toque hacer un trabajo para lograrlo. La parte del ranking hasta cierto punto se puede lograr gratis y la desventaja del SEM es que tienes que invertir plata, no hay de otra pero la gran ventaja es que apareces inmediatamente, a diferencia de una campaña de SEO los resultados son muy lentos.</p> | <p>Creo que este tema tiene una serie de vacios todavia, sobre todo al interior de las compañías la gente no está muy pedagogizadas de cómo funciona el tema. En países como Colombia el tema evoluciona lento. Todos lo hacemos y tiene mucho sentido hacerlo porque evidentemente si no lo hacemos estas muerto eso es todo para posicionamiento web y prestigio web y redundancia, pero creo que es pobre en su aplicación por que tendría muchas cosas más que hacer pero el problema es que no avanzamos y la gente ni sabe. La web 3.0 va a ser semántica inteligente ósea la red semántica, que es una cosa que aquí en Colombia nadie sabe hacer muy bien, se basa en que la red va a buscar por semántica inteligente, cambia todo porque todas las palabras ya a estar relacionado entre sí, ósea eso te va a permitir jalar información completa por nudos de palabras en toda la red, eso va ser clave</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>Desventajas ninguna, con el buen uso de estas dos plataformas, Y ventajas en el caso de SEO va a ser que diferencias orgánicamente (buscas en Google y los resultados que aparecen sin tener que pagar) orgánicamente la pagina va a ser más eficiente, va a tener más visitas y mas contactos. En Colombia no se está desarrollando mucho el tema de SEO y los clientes no le ponen mucha atención a eso, además un poco el desconocimiento de las personas que ofrecen el servicio de las webs. Te ayuda a generar mejor posición que tus competidores, te ayuda a que Google te recomiende y una experiencia muchísimo mas fuerte</p> <p>En el caso de SEM es publicidad basada en la necesidad del cliente, por ejemplo tu sientas a ver televisión y estas expuesto a alrededor de 20 o 30 spot televisivos de productos que tu no necesitas, mientras que el tema de SEM te hace responder a esas necesidades de los usuarios están buscando, entonces es un tipo de publicidad más orientada a solucionar los problemas que tiene la gente y es mucho más eficiente por eso</p> <p>La única desventaja es que gráficamente no es lo más agradable de este mundo</p> |
|                                                      | 22. ¿Cuales herramientas y formatos utiliza para cada una de las siguientes variables del Plan de marketing digital?                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>Para investigación de mercados tu trabajas mucho con buscadores que es lo primero que te muestra tu nivel de posicionamiento que tú tienes para los usuarios en la web porque además te da todas las lecturas que existe sobre la marca y es ahí donde se empieza a definir qué es lo que la audiencia de ti y esto te sirve mucho. Segundo siempre vas a todas las redes sociales por que en las redes sociales tienes una segunda lectura. Lo tercero es mirar todo lo que hay de tu competencia en web y se compara, hay una investigadora que le llama e este proceso minería de datos ya que es cavar y cavar en la red para ver donde encuentras un dato que te sirva. Es importante para hacer un diagnostico y conocer la audiencia esto los haces a través de redes, correos, bases de datos, buscadores, sondeos que se han hecho en otras páginas, todas las paginas que existen, Ósea es el uso general de la herramientas en Internet y de excavación de datos.</p> <p>En comunicación varia mucho dependiendo la campaña, es muy raro que uno genere herramientas nuevas pero adapta varias, la gente usa mucho correo electrónico por que asume que es la forma directa mas fácil de llegar a alguien, tiene ventajas y desventajas, por que si no es creativo la gente lo borra y a la segunda ya te odia pero tiene la ventaja de ser comunicación dirigida y fácil. Hoy las campañas se montan en todas las redes sociales y en todos los espacios donde la gente pueda montar contenido, youtube esta llenos de campañas de mercadeo y promoción muchos hechos en términos común y corriente y de forma casera, entonces tienes el correo como estos medios de comunicación, la gente que comercializa tiene estas redes sociales que están orientadas a comercializar productos exactamente. Puedes usar cualquier herramienta, blogs, redes sociales, puedes usar espacios de creación de contenido hay cuando empiezas a comunicarte debes usar todos</p> <p>En marca es donde más usas todos de manera simultánea por que empiezas a crear una imagen de marca y de personalidad</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| IV. Evaluación de resultados con herramientas online | 23. ¿Como se realiza la medición de impacto o resultados de las estrategias de marketing digital (refereres, bounce rates, Unique visitors, CTR - click through rate)? | <p>Hay muchas herramientas para monitorear eso y básicamente hay que tener una persona para que tenga ese estilo esa habilidad para interpretar esos datos y reaccionar ante ellos</p> <p>Las más utilizadas para medición de redes sociales hootsuite que sirve para postear, para publicar y también para medir</p> <p>Para tu pagina web Google analytics</p> <p>Y también a otro tema relacionado con esta industria que se llama ORM (online reputation management) que básicamente son herramientas que te dicen cómo percibe la gente en Internet tu marca, si es una imagen positiva o negativa, si fue negativa te dicen en que paginas fueron, cuando, con qué frecuencia, estas herramientas son caras pero para ciertos proyectos es importante hacerlo, por ejemplo candidatos políticos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Por un lado el trafico en Internet te dice si la gente vino a ver lo que tú querías que viera, si lo hiciste por correo electrónico uno usualmente tiene una lectura que te dice cuantos fueron rechazados, y el porqué. Tú tienes unos objetivos de campaña y todo puede ser medible en internet, lo puedes ver por visitas a la pagina y medir lo clics, entonces tu sabe cuanto gente participo y si era lo que tú esperabas</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>Es importante siempre que cuando armes una estrategia o a desarrollar una campaña antes de comenzar es que tengas bien claro los objetivos, partiendo de los objetivos, ya sea venta o branding, visitas o presencia en la comunidad; a partir de eso hay un seguimiento que se hace súper detallado, algunas herramientas con los add serves que te permiten rastrear que pasa con los banners, se obtiene una información o unos resultados se cruzan con los objetivos y allí se define si la campaña fue exitosa o no</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                      | 24. ¿Ha tenido experiencias negativas con la implementación de estas herramientas online?                                                                              | <p>Con las herramientas ninguno con la reacción de la gente si, varias veces por que como te digo las redes sociales como es una comunicación de doble vía cuando tu cometes un error lo puedes pagar súper caro, además todo el mundo se entera que lo cometiste</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Lo más usual es que si tú haces mal lo del correo la gente se queja mucho, ya que es un espacio íntimo a pesar que parezca público, la gente se empieza a enojar cuando venden las bases de datos y lo peor que puede pasar es perder la confianza, esa por lo menos es una de mis políticas no vender mis bases de datos, como por ejemplo Google es de los que no vende ni revela sus datos en una orden judicial.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Muchas en este tema digital si hay algo seguro es que vas a fallar alguna vez, es muy difícil que la campaña sea perfecta, porque hay muchas variables que no dependen de ti, por ejemplo puedes sacar una campaña hoy y puede que ser que se caiga internet y te jodiste no hay publicidad, o como nos paso una vez en el caso de Air France y teníamos una publicidad hay aire de una promoción genial y nos estaba yendo súper bien y resulta que un avión que salía de Brasil a Francia se cayó y mandaron a bajar toda la publicidad y los indicadores de la campaña se cayeron. O el día de la bomba de caracol en la 7 con 70 teníamos una campaña de vive Bogotá vive Colombia viaja por ella, y los principales titulares de las noticias carro bomba en caracol, este tipo de cosas pasan todo el tiempo. Otras veces la publicidad no funciona, está mal programado el banner, que el website del cliente se cayó, lo único que tiene seguro en el tema digital es que vas a fracasar en algún momento. Lo bueno es que tú puedes hacer cambios en tiempo real.</p>                                                                                             |

| PREGUNTAS     |                                                                                                                         | CAINKADE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | BLOGOSFERA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | GET LINK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V. Tendencias | 25. ¿Podría contarme algunos de sus casos de éxito?                                                                     | La aplicación móvil para show time, que es un canal súper conocido en Estados Unidos, aquí lo realmente importante fue el concepto que fue el gancho y esta aplicación lo que hace es básicamente es traer todo el concepto de televisión interactiva, lo que hace esta aplicaciones que cuando el show transmite en vivo estrenos de sus capítulos tu puedes coger tu Ipad y empezar a clasificar en tiempo real como te está pareciendo el capítulo, si estas aburrida si estas triste si estas emocionada, etc. Y te salen unas graficas y unos indicadores, puedes participar en rifas y en trivias. Todo el concepto de televisión interactivo fue traído a show time a través de esta aplicación y nos ganamos un premio webby que es un premio muy famoso que lleva varios años en internet, que premian lo mejor en digital. Y definitivamente Show time a logrado promocionar su canal y fidelizar los clientes que ya tiene | La campaña en la que hicimos comunidad y por otro lado porque fue muy simple, que ya existía desde hace varios años y la campaña consistía que la gente que quería que este medio siguiera siendo independiente hiciera una donación. Logramos 21 millones y fue muy exitosa por que fue medible y se creó una comunidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Alguna vez con Air France hicimos una campaña de vender alrededor de 50.000 euros tiquetes a Francia y logramos como un 180% de rendimiento, monetariamente esa ha sido la campaña con mejores resultados. Y en términos de experiencia y marca la que hicimos en el 2010 o 2011 del lanzamiento de un kia con chocquibtown, convocamos fácilmente a 600.000 personas, hicimos 6 conciertos, tuvimos alrededor de unos 35.000.000 registrados en la actividad, participantes activos 12.500                                                                                               |
|               | 26. ¿Que certificaciones relacionadas con marketing digital posee su empresa y a que asociaciones del sector pertenece? | La empresa como tal no posee certificaciones pero la gente que utilizamos para hacer esas estrategias de mercadeo si las tienen. Las certificaciones no son muchas, la más importante es la que tiene Google addwords, en redes sociales ni en aplicaciones móviles son hay ninguna certificación. La más importante es la de Google addwords por que es una ciencia hacer una campaña aquí, porque no es solamente tener la plata y los avisos sino todo el tiempo estar parametrizando y ajustando esa campaña para optimizar el número de visitas manteniendo el presupuesto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Nosotros no poseemos pero creo que hay algunos hay casi para todo entonces que imagino que para marketing digital también                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Estamos certificados por la IAB como miembros, por Google como empresa profesional de publicidad de Google                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|               | 27. ¿Qué novedades y tendencias hay en el marketing digital?                                                            | Una de las tendencias más importantes es hacer pauta basándose en geolocalización, que es una tendencia que se está utilizando en el momento y que todavía no está 100% explotada y en Colombia falta mucho por explorarla.<br><br>Pauta en aplicaciones que se llama in add advertising que es básicamente que tú estás jugando en tu Iphone y de pronto te sale un aviso, esto para alguna gente es súper invasivo, para otra no tanto<br><br>La parte de redes sociales es súper importantísima sobre todo para una comunicación de dos vías con tus clientes para poder escuchar de ellos como les parece tu marca, que estás haciendo bien, que estas haciendo mal, y obviamente para difundir el conocimiento de tu marca en la web                                                                                                                                                                                             | Creo que empezamos haciendo campañas donde la ejecución era muy complicada con el paso del tiempo lo que ha pasado es la red es que la red se complejiza mas en la oferta de cosas que tienes por hacer pero se simplifica más en la manera de contar. Por que las herramientas ayudan a ser simples, para contar largas historias sin resignar información. La tendencia hoy es a ser más pulcros más limpios más creativos y menos discotequeros, cada vez esta mas claro el objetivo y le apunta mejor a ese objetivo y usan herramientas para simplificarlo<br>Los segundo es que todo hoy intenta establece una conversación y una conexión con el otro si no la campaña de mercadeo está destinada a fallar | El futuro de lo que se está presentando ahora con más fuerza es plataformas móviles en general tablas, smartphones, son los que están parando la parada muy fuerte. En el tema de social media con plataformas como instagram, foursquare, twitter, este tipo de aplicaciones que cada vez son mucho más móviles. Y como lo decía Steve Jobs el tema del computador y del Pc va a desaparecer, las tablets están haciendo muchas funcionalidades que tienen los computadores y seguro que de aquí a unos 5 o 6 años nos vamos a dar cuenta que los laptops van a tener menos penetración. |
|               | 28. ¿Cómo se mantiene usted informado y actualizado?                                                                    | Yo básicamente leo Blogs, y básicamente los más importantes en esta industria y de muchísimo tráfico, el primero y que es prácticamente mi favorito es uno que se llama mas hable que es uno de los tres más leídos en Estados Unidos y el un blog que se dedica a postear información sobre noticias tecnológicas, de redes sociales, de aplicaciones móviles, noticias de mercadeo, cualquier cosa digital en ese blog aparece diariamente. Hay otro muy interesante que a mi me gusta pero está orientado más a finanzas que es un poco mas corporativo que se llama techcrunch que también está entre los 5 o 10 mas leídos, también hay otro que se llama huffington post no solo de tecnología sino de noticias                                                                                                                                                                                                                 | En Internet todo el día viendo la red viendo lo que hace todo el mundo, viendo proyectos de arte, publicitarios... y viendo todos los tutoriales de las herramientas a ver cual entiendo. Y también lo enriquece mucho hablar con otra gente que está haciendo proyectos, hablando mucho con artistas, gente que crea.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | El hecho de ser miembro de la IAB ayuda muchísimo porque ellos se preocupan muchísimo de tener su comunidad al tanto, de dar conferencias y charlas, pero este es el mundo digital entonces en Internet en paginas como Mashaball, los blog de las grandes marcas como Microsoft, como Google.                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|               | 29. ¿Cuales considera usted que son los retos del director de marketing actual?                                         | El reto principal es como llegarle a la audiencia sin que la audiencia sienta que soy spam, que estoy acosándoles, que estoy vendiéndoles. Ahí está la diferencia entre estar vendiendo o compartiendo información importante e interesante para los usuarios. Lo importante es mirar cómo le llegar a tu audiencia, en que momentos y con qué mensajes que gira en torno a mi estrategia digital                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Lo primero es como vive actualizado ya los objetos del marketing han evolucionado y eso implica nuevas aprender nuevas formas de comunicarte. Debe tener claro que actualmente las audiencias funcionan muy distinto en el mundo online que en el mundo offline, que la relación con las audiencias es mucho más directa y precisa, entonces tienes que conocer de memoria las audiencias tratar de entenderlas seguirlas además por que las audiencias crean más cosas que los creadores. Y tercero pensar en un mundo de manera creativa y en nuevas maneras de contar, pensar mucho en lo que viene y estar preparado a ello.                                                                                  | De los retos más fuertes que estamos enfrentado es profesionalizarnos en este tema y me refiero a no hacer solamente hacerle entender a los clientes que es marketing digital sino hacerlo bien que no es lo mismo que contrates a un community manager con experiencia a que pongas al practicante de la empresa a que haga esta labor                                                                                                                                                                                                                                                   |

| PREGUNTAS                     | IAB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | GLOBAL NEWSINTELLIGENCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | MASS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. Conocimiento de la empresa | IAB Colombia (interactive advertising bureau) es una asociación internacional, su sede principal está en New York se creó en 1996 y el objeto es poder promover el desarrollo de la industria del marketing digital y la publicidad online en el mundo, en este momento hay más de 40 países que tienen un IAB local, el de Colombia existe hace 5 años y la función es poder lograr a que le industria se desarrolle en Colombia, que la gente entienda del marketing digital y de esta manera haga más inversiones en esta rama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Global NewsIntelligence es una empresa de análisis de medios e inteligencia de redes sociales básicamente lo que hacemos es sondear lo que las empresas recogen con sus monitoreos generamos una clasificación y un análisis de información de unos datos para ayudar a acompañar a las empresas, organizaciones y a gobiernos a la toma de decisiones en materia de comunicación estratégica incluida la comunicación digital eso incluye también componentes de alertas tempranas en medios de comunicación, análisis de comportamientos de medios, de periodistas de información, mensajes etcétera.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | La empresa se llama Mass es una compañía especializada en el mercado digital                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                               | 5 años en Colombia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Cuatro años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 9 años y medio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                               | Esta asociación es una entidad sin ánimo de lucro y funciona por los aportes que hacen los miembros asociados como pago a una membresía anual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Hay un inversionista extranjero                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Nosotros somos una compañía con capital propio y somos socios del grupo lowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                               | Soy Directora ejecutiva y llevo 4 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Yo soy socio, fundador y llevo 4 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Soy Cesar Salazar el director creativo y llevo casi 2 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                               | Como afiliados y como miembros tenemos agencias de publicidad, agencias interactivas, centrales de medios, medios digitales y portales, proveedores de industria. Buscamos llegarle a un cliente final que es en últimas el dueño de una marca y que en últimas toma las decisiones de inversión en estos temas para promover esta marca                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Grandes empresas con alto contacto con opinión pública, gobiernos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Las 100 empresas más grandes del país como corona, Unilever, tenemos casi 10 marcas de Unilever a nivel regional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                               | En Colombia como todos los países suramericanos, que no son México y Brasil, que son países que siempre van un poco más rápido, empezamos a adoptar las cosas que se desarrollan mucho más rápido en estados unidos y en Europa, entonces digamos que en este momento en Colombia es un tema que ya forma parte de las empresas y de las compañías, es una área que ya forma parte del plan de mercadeo de cualquier marca, aunque aún no se ha desarrollado con todo su potencial porque las cosas tienen que aprenderse y la gente tiene entender de cómo funciona el marketing digital, pero que si bien es cierto los estudios y las investigaciones y que hecho casi que la vida diaria de todas las personas nos lleva a entender que el consumidor actual, es un consumidor que está totalmente conectado ya ni siquiera a una sola pantalla que era la televisión tradicional, sino que está conectado a tres pantallas, que en últimas va terminar siendo una en un solo dispositivo, no sé si mañana pasado mañana o dentro de unos años, entonces eficiente por eso<br>La única desventaja es que gráficamente no es lo más agradable de este mundo campaña de SEO los resultados son muy lentos.<br>teresante<br>o de las campañas de pautas que haces por medio de Google Doodles.<br>También hay otras que le sirven mucho a la gente de investigación como Google insights muy buena que arroja estadísticas sobre que búsqueda hacer la gente | La gente que trabaja marketing que tiene unos objetivos claros de retorno de inversión mediante la actividad que generan en línea ha avanzado mucho y de hecho son los que más le están metiendo dinero para entender con el tema de las redes sociales eso los ha llevado a una guerra muy interesante porque todavía no tienen muy claro como cobrar, las página de internet se están viendo en enormes dificultades para cobrar, un clic parece valer mucho menos de lo que las agencias de marketing dice que vale es muy difícil establecer el retorno de inversión exacto entre la trazabilidad entre el clic y la compra, hasta hora se está empezando a generar cosas como pinterest parece que pinterest tiene un clic de alta calidad, eso significa que dentro del clic y la compra hay una tasa de retorno más alta. Lo que veo es que efectivamente los medios sociales están abriendo una oportunidad para hacer nuevas formas de marketing y mercadeo digital.<br>Para resumirlo es simplemente la incorporación de tecnologías de información y comunicación en algo que ya se trataba de hacer con los retos que eso plantea por que cambia la relación de la información antes los consumidores estábamos expuestos de una manera obligada a un flujo de información directa desde los que manejaban el marketing, hoy de alguna forma podemos los usuarios elegir no ver cierto contenido y eso hace que la guerra sea un poco mas por la atención y por generar interactividad | Sobre todo en Colombia y en Latino América ha tenido una evolución muy lenta, pero en los últimos dos años se está empezando a acelerar y en especial en este año, sobre todo las inversiones, por que los clientes se están dando cuenta las ventajas que tiene el marketing digital y están empezando a mover lo presupuestos que han estado utilizando en comunicación en medios masivos a términos digitales. Nosotros tenemos una teoría aquí en la agencias, y es que el E-marketing es un hijo de mercadeo directo, y el latino América no se maneja muy bien ese tema, estoy hablando de la ventas por catalogo o por correo, todo eso se hizo en estados unidos entre los 70, 80 y los 90 y luego se desplazaron hacia el oriente fácilmente, nosotros nos saltamos esa fase del catalogo y todo eso y ahora estamos empezando a lo digital y pro ahí es donde estamos empezando a crecer |

| PREGUNTAS              | IAB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | GLOBAL NEWSINTELLIGENCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | MASS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| II. Aspectos Generales | <p>Hay muchas en términos de mercadeo esta todo el tema del desarrollo económico, todo en temas de dispositivo, la movilidad como tal. En términos de publicidad que es la rama que más se dedica en IAB digamos que todo tipo de formatos y opciones para poder comunicarte con tu consumidor, empezando por el display que es a lo que nosotros llamamos a los avisos tradicionales en portales digitales, ósea si tu entras al tiempo.com, terra, semana.com, entras y vas a encontrar los avisos que son como una especie de banner o unos botones. Hay otro tipo de herramientas como las redes sociales que en Colombia se ha desarrollado muchísimo, Facebook tiene un número de usuarios en Colombia que es impresionante, en términos latinoamericanos estamos en el número 1. Twitter, todo el tema de LinkedIn en el tema profesional. Todas estas redes sociales están generando un gran volumen y se están moviendo mucho.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                        | <p>Otra herramienta es el search que es todo lo que tú puedes hacer en motores de búsqueda, llámese Google, yahoo, bing, y ese search lo puedes ver desde dos puntos de vista, uno que puede ser el SEM que ahí lo que tu heces es que a través de palabras claves o de ciertos contenidos tu arca pueda aparecer y tu le puedas dar notoriedad y el SEO es lo que tú haces para que tu marca aparezca en los primeros lugares cuando una persona está haciendo una búsqueda en particular en un motor de búsqueda</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Nosotros nos dedicamos a hacer análisis de fuentes abiertas, parte de eso utilizamos las comunicaciones de las redes sociales</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Las que más se utilizan es el correo, los newsletters y las ventas por correo las ventas en los web side, pero lo que esta sucediendo últimamente que e esta volviendo un herramienta poderosa son las redes sociales y los móviles</p>                                                                                                                                             |
|                        | <p>El video en este momento es casi que el rey, la gente quiere ver video, ver movimiento, buscan un buen audio en los contenidos que encuentran, es algo que se ha venido desarrollando muy lento pero va a crecer mucho en estos años que vienen</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                        | <p>El email marketing, puede hacer todo a través de correos electrónicos masivos, Es un tema que nosotros tratamos de promover mucho, es que no se siga haciendo una diferencia entre el marketing tradicional y el marketing digital, porque ahí estaríamos hablando de dos tipos de marketing y el marketing es uno solo, este siempre es el mismo, es la ciencia que busca, promocionar y ubicar productos y marcas en un mercado y llegarle a esos consumidores que en este momento de la vida cada vez es más difícil, porque hay mas oferta hay mas nichos a los que pretendes llegarle. Y así es como lo concebimos nosotros desde IAB.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>En algunos casos la medición es cuantitativa, en el medio tradicional hay una cantidad de supuestos que nos son verificados un ejemplo es el free press las empresas compran free press y asumen que lo que es publicado en el medio el equivalente en publicidad no es mi retorno de inversión, eso tiene una cantidad de fallas en el proceso, o cuando yo saco una campaña entender que fue exactamente lo que incremento o redujo mi inversión es difícil obviamente las grande cadenas tienen mejores mediciones. Lo interesante es que las tecnologías de información y comunicación permiten mayor trazabilidad en esas mediciones eso que significa que incluso si el consumidor quiere yo puedo tener una mejor información de cuáles son sus necesidades y conocer que es lo que están buscando, yo no sé si ustedes conocen foursquare. Que es una red social en la que básicamente yo creo los lugares a los que voy y genero opiniones del lugar y su yo soy un buen administrador debería tener en cuenta, donde quiere decir que las opiniones no las está generando un mecaderista sino los mismo usuarios y es responsabilidad de quien provee el servicio de modificarlo.</p> | <p>La ventaja es que puede hacer una comunicación más directa y más efectiva y más rentable para el cliente por qué se puede medir mejor</p> <p>No hay una desventaja simplemente cumples objetivos diferentes el marketing tradicional es un asunto de posicionamientos de marca y el marketing directo y digital es un asunto más de ventas y frente a eso no hay una desventaja</p> |
|                        | <p>Mas que diferencias son evoluciones que ha tenido el marketing tradicional ya que le consumidor es el que ha llevo a que esto cambie, nosotros estábamos acostumbrados a un tipo de marketing en donde eras tú como marca que tenias que estar generándole comunicación a tus consumidores y todo el tiempo la comunicación iba de la marca a los consumidores y ahí se quedaba. A raíz de toda esta evolución de la tecnología de los nuevos medios, esto se ha convertido como una conversación, tu marca te habla, pero tú a la vez como consumidor le respondes y tienes el poder como consumidor para que esa marca sepa que estas pensando tu de ella, como te estás sintiendo con ella, que experiencia has tenido con ella, esto hace que la esencia del marketing tradicional cambie radicalmente, que cambie el lenguaje de comunicarte totalmente,</p>                                                                        | <p>Todo lo que tenga que ver con tecnologías de información y comunicación va reducir costos y aclarar que es lo que está ocurriendo para el user, es algo que tú no tienes en el formato tradicional por que la opinión del usuario final tu solo la puedes evaluar mediante grupos focales, encuestas estudios de mercado, ahora le abres la oportunidad al usuario de tener una relación con tu marca. Puedes incluso generar una retroalimentación del producto y eso creo que es algo nuevo. Pero también se sube el riesgo como en el video de united break guitars, que tuvo cinco millones de usuarios en menos de un año y puso a la empresa en apuros, por que el hecho que yo como usuario pueda generar contenido de consumo masivo es la novedad, el usuario y el consumidor puede generar contenido de consumo masivo eso hace que yo tenga muchos más riesgos de reputación</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                        | <p>Primero que la persona sea idónea, que tenga el know how para poderlo hacer, lo digo porque en este momento hay mucho charlatán, que dicen ser expertos en redes sociales solo por el hecho de decir que tienen un perfil en Facebook y viven conectados chateando con sus amigos, pero la verdad es que para esto hay que ser experto, hay que conocer de que se trata, hay que tener todo sobre una estrategia de mercadeo 360 grados, la parte digital es fundamental pero no podemos desconocer que hay otros medios de la parte tradicional que siguen siendo totalmente validas y que la combinación es lo que logra que tengamos más audiencia o mejor alcance al consumidor que estamos buscando.</p>                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Son los mismos requisitos del marketing tradicional lo único que cambia son los medios., cambian algunas cosas el lenguaje tiene que ser diferente, los tiempos, pero el fondo sigue siendo el mismo</p>                                                                                                                                                                            |
|                        | <p>Segundo que trabaje de la mano de todo el equipo tanto por el lado del cliente como por la agencia asesora para que conozcan el producto, el consumidor y sepan comunicarse con él y responderle. Además estar preparado para cualquier tipo de crisis que se presente</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| PREGUNTAS | IAB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | GLOBAL NEWSINTELLIGENCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | MASS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Objetivos, que quiero lograr, para mucho en empresas bussines to bussines que nos preguntan abrimos pagina web o pagina en Facebbok?, no parece tener mucho sentido pero en cambio google pluss para una empresa de B to B si tiene mucho sentido porque ofrece muchas ventajas que facebook no ofrece, el tipo de identidad que genera en twitter, quien soy yo.. Depende exclusivamente del objetivo de la estrategia en nuestro caso de comunicación, no tanto de venta. Que usamos mucho por supuesto twitter, google pluss, recomendamos mucho generación de contenido vía blogs, que las personas de una organización generen contenido y hablen de las historias alrededor del producto no necesariamente del producto y slideshare es útil para quienes tienen contenido técnico que no tienen como publicar en otro lado. Youtube depende de la cantidad de generación de contenido visual. Tiene que haber un equilibrio entre lo que yo busco y que soy capaz de producir | Antes que anda hay un asusto de investigación muy fuerte del target de determinar que es lo que quiere exactamente y comenzar a seguirlos y monitorearlos y a buscar que quieren hacer y adelantarnos a eso, para eso uno utiliza herramientas digitales como herramientas que permiten monitorear las redes usamos unas bases de datos muy sofisticados que cruzan los gustos de la gente y me van determinando, con mas precisión el perfil para venderle mas y eso lo hacemos con una herramienta que cruza las bases de datos con un software que se llama tyrian MS dos, Y de ahí en adelante usamos news letters                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | En nuestro caso toda la comunicación la generamos dos personas, hay una persona con las de 13 años de experiencia y un socio, lo maneja la jefe de investigación e innovación que es la persona que está generando contenido, a nosotros nos gustaría a tener una imagen mas fresca pero la marca nos obliga a tener una relación un poco más fría de producción de contenido. Nosotros le recomendamos a la empresa que sean productores de contenido de alto nivel, de alta calidad con entrenamiento y dedicados exclusivamente a esto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Hay un departamento exclusivo de esto que se divide en dos partes uno que son datos que se encarga de medir como son las redes y hay otros que nos ayudan a hacer analytics en las campañas y van midiendo las campañas que hemos hecho para eso hay un director de análisis y hay un director de datos y estas personas nos dan los reportes y los informes necesarios a nosotros par a nosotros hacer la creatividad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|           | Eso solamente te lo dice a ti el brief y de los objetivos planteados por el cliente, depende lo que busque con esa actividad de marketing como tal, depende si lo que quiere es algo numérico que mueva ventas, o algo de marca que mueva los indicadores de top of mind o top of heart                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Es recomendable casi en todos a no ser que sea un asunto puro de posicionamiento de marca, para esto, si tu vas a posicionar la marca es un asunto de awarnes y es mejor utilizar medios digitales masivos si son ventas comunicaciones explícitas es mejor el Emarketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|           | No necesariamente hay muchas campañas que podrían funcionar solas pero depende del objetivo que tenga el cliente, si es generación de una base de datos probablemente utiliza una herramienta de marketing digital, si es una campaña de branding es bueno que tenga una mezcla entre medios de marketing tradicional y digital, todo depende del objetivo                                                                                                                              | Si por que en este momento estamos al frente ante 4 versiones diferentes de consumidores, ha y una transición de generaciones simultaneas y es si yo hago todo mi re direccionamiento a marketing digital dejo por fuera una población enorme, de personas que se niegan a la transición y es normal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Si en todos. Definitivamente y por ejemplo para nosotros, nosotros no hacemos una campaña digital que no tenga un apoyo offline o una acción offline, nosotros aquí no solo hacemos campañas digitales sino en medios masivos también y para nosotros hacer un comercial en televisión y que no tenga respuesta online es una pérdida de plata. Para nosotros todas las campañas offline deben tener una respuesta online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Hay que tener un equipo dedicado exclusivamente al manejo de medios digitales,<br>Hay que tener dinero dispuesto para comprar adds en Faceboog en google, si hay el dinero incluso en twitter<br>Dinero para diseño<br>Hay que pensar en givemefication<br>Hay que pensar en un gestor de comunidad que no es el productor de contenido, una persona que sepa quiénes son los influyentes, como se llaman, donde viven, cuales son las preocupaciones, realmente debe gestionar la comunidad, el nombre de comuniter manager se convirtió en un tema de difundir comunicación y debe estar más integrado a la comunidad<br>Debería tener un sistema de medición de retorno de inversión<br>Y SEO Search engine optimization                                                                                                                                                                                                                                                          | Este es un punto crítico que nosotras hemos descubierto y es que no debería haber un a diferenciación en la inversión, los clientes creen que porque es internet y no televisión con el marketing traicionar deberían invertir menos en internet y creemos que es todo lo contrario o por lo menos igual os principales son la producción digital que quiere decir que yo te creo las piezas audio visuales para mover en la red luego sigue un asunto de desarrollo webside si es necesario y luego sigue un asunto de pauta digital que es pauta con google, pauta con youtube y luego sigue una cosa que no tienen los medios masivos y es la medición, la diferencia de una campaña tradicional nosotros realizamos una medición después del lanzamiento de la campaña siendo esta una diferencia con el marketing digital tu mides todo entonces este presupuesto debe estar calculado |
|           | Aquí el equipo humano es fundamental obviamente se requiere de la parte tecnología como un buen desarrollo de equipos, software buenos, plataformas que le ayuden a medir lo que está tratando de hacer en términos digitales un buen adserver para sabe que está pasando con la campaña que sacaste, pero el talento humano es lo más importante porque son ellas las que vas a desarrollar una estrategia, por eso se debe tener personas que conozcan del tema, experiencia y ética. | Nada si ese no es su curve business debe tener un buen productor externo y debe tener lo básico, que nunca este fuera de línea, seguridad absoluta, e cloud - servicios en la nube, que manejen protocolos de buenos usos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Del soporte tecnológico depende el éxito de la estrategia y de eso depende el trabajo, normalmente hay un equipo desarrolladores de todo tipo de programadores para webside para móviles para redes sociales una campaña                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| PREGUNTAS                                                              | IAB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | GLOBAL NEWSINTELLIGENCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | MASS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| III. Conocimiento de un plan de mercadeo digital y herramientas online | <p>Depende de lo que quieras hacer, pero con una buena estrategia de SEO te puedes ubicar en los primeros lugares de los buscadores y puedes aparecer muy rápidamente. A través de redes sociales puede volver algo, que no se conoce mucho, popular y lo más conocido</p> <p>A través de los medios digitales puedes lograr popularidad de marcas y de personas</p>                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Contenido de calidad</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Generar mucho contenido</p> <p>Ser totalmente auténticos, abiertos y honestos con el público y sobre todo permitir que el público participe. En general contenido que le permita al tarde participar en las campañas</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                        | <p>Hay muchas todas efectivas y buenas dependiendo lo que quiera el cliente</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Google adds, adds en medios de comunicación digital como por ejemplo medios traducciones en versión digital, y hemos usado facebook adds, siendo esta la más efectiva por retorno de inversión</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Nosotros manejamos desde un banner que es lo que menos usamos ya, usamos de todo pero lo que más estamos usando son redes sociales, aplicaciones y apps</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Simple, pocas palabras, palabras sencillas, muy visual y estar dispuestos a sacrificar muchas cosas que a los socios les parece importantísimo (cierto tipo de información) debe estar acompañado de una estrategia de producción de contenido, en blog o en algún wiki, o en algún lado si no se muere, tiene que haber generación permanente de contenido.</p> <p>Para nosotros el éxito de la pagina esta medido en términos de contactos directos, esta medido en crecimiento de audiencia cautiva, que es audiencia especializada interesada en los temas que producimos en el blog</p> <p>Tratamos de poner nuestro mejor contenido y base de datos, somos muy cuidadosos no le enviamos todo a todo el mundo ni todo cada vez</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>De contenido bueno información y refuncionado</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                        | <p>El tema de las redes sociales sigue por inventarse pro que todavía no está establecido en este momento todo lo que hacen las marcas y las compañías es que contratan a través de sus agencias de publicidad un community manager para que les manejen todas estas cosas. Esto puede ser bueno y malo, bueno porque puede que la persona que lo está haciendo cuente con toda la preparación, pero malo porque si es una persona externa puede que no esté enterada de todas estructuras dentro de la compañía del cliente.</p>                                                                     | <p>Hay un plan digital clarísimo, una estrategia que no está orientada a retorno de inversión, sino a visibilidad de contenido y de generar vco (vía social contact) es algo a lo que estamos dedicados dos personas la directora de investigación y un socio de la empresa permanentemente pero los contenidos los generan todos de manera descentralizada, entonces generación descentralizada de contenido, difusión centralizada de ese contenido con una frecuencia diaria . Con el tema de google adds hacemos 2 meses si, dos meses no para ver cuál es la diferencia en qué consiste para entender si la herramienta nos está brindando un valor o no, ya que si nos visitan mas cuando si témenos google adds pero el problema es que así nos visiten mucho o nos visiten poco el número de llamadas es más o menos el mismo</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Cuando te hablo de redes sociales te hablo de hacer una campaña que se mueve en cosas como facebook, twitter principalmente que es por donde están arrancando todas las campañas, estableciendo ideas y estrategias específicas para cada red para esto hay un equipo especializado de gente en el que una vez puesta la idea en la red empieza a monitorearla y moverla que son las community manager y los estrategas de redes que son los que dicen ok hay que decir esto, y tal día o deberíamos decir esto.</p> |
|                                                                        | <p>Esto es algo que todavía se está utilizando en el mercado aunque ya no se usa tanto. Ya que muchas veces se vuelve una cosa invasiva, te empieza a molestar que te empien a enviar información que ni te interese y se vuelve aburrido. Pero sigue siendo muy útil cuando tu tienes bases de datos aprobadas donde el consumidor acepta que le envíen el correo.</p> <p>Aquí lo importante es que tengas una base de datos opinan así le llámanos nosotros a las bases de datos que han autorizado recibir información tuya y que lo hagas con un software que te permita hacer envíos masivos</p> | <p>base de datos, somos muy cuidadosos no le enviamos todo a todo el mundo ni todo cada vez, siempre estamos muy pendientes que quienes nos están diciendo que no nos interesa el contenido, cada uno de los analistas tiene propiedad y crea su base de datos no es de la empresa, porque queremos que cada uno en la empresa sea visible.</p> <p>Nosotros usamos mailchimp que es un tema de nombre nosotros incluso lo usamos para dos campañas políticas recientes ye eran bases de datos de 500.000 y funcionaba de manera impecable, ni siquiera los hemos comparado con otros en el mercado.</p> <p>La frecuencia en campañas políticas si se hace diario pero no a las mismas audiencias, en el caso de la empresa lo hacemos cuando tenemos algo interesante que contar lo que ha generado que cada vez la taza de lectura sea más alta, en las bases de datos no importa que se manden mucho sino que cada vez la gente sea mas</p> <p>Para construir la base de datos cada vez que toco a alguien queda incluido en la base de datos y evito a toda costa meter gente que no sabe quien soy cuando le llegue la información</p> | <p>La frecuencia depende de la campaña pero normalmente uno no debería mandar más de un news letter a la semana y utilizamos una herramienta que se llama el tyrone y MS dos que es una herramienta muy sofisticada y te permite determinar con mucha precisión a que persona le mando el correo uno hace varios correos para una persona que compra tal día y uno hace piezas específicas para la gente y ese software va mandando de acuerdo a lo que uno lo programe de forma ultra segmentado</p>                   |

| PREGUNTAS                                            | IAB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | GLOBAL NEWSINTELLIGENCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | MASS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>La ventaja es clarísima y es que es el lenguaje en el que nos estamos buscando hay que tener el lenguaje, el contenido y la estructura que me genere.</p> <p>La desventaja que el contenido de la empresa giren alrededor de esto, ahí hay un riesgo terrible de volverse esclavo del deseo de salir arriba o abajo en google o en google search y la dificultad que se va a empezar a plantear es que a medida que se va personalizando las búsquedas empieza a perder sentido trabajo en SEO</p> <p>El reto que se debe generar es que uno este más detrás de una comunidad que detrás de la maquina buscadora de palabras</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>El SEO y el SEM es prácticamente un requisito indispensable en cada campaña que nosotros hacemos, en SEO se refiere a que tu campaña es exitosa en la medida en que la marca este rankeado bien en google, y en SEM es pago y eso depende en lo que tú puedas invertir. Son totalmente diferentes, no tiene una desventaja o ventaja, el SEO es una cosa orgánica por ejemplo si una persona escribe desodorante Axe en google y ha hecho bien su trabajo tu deberías salir arriba en la búsqueda y en el SEM si tu has hecho bien tu trabajo de pagar deberías salir en la parte de arriba que está patrocinada, y sea partecita de arriba depende de la plata. Las ventajas son todas, en el marketing tradicional se habla del momento 1 de la verdad que es cuando el consumidor está al frente de la góndola antes de comprar y va a comprar y ahora google ha establecido el momento cero de la verdad, que es antes de ir a la góndola</p> <p>Ahora la mayoría de la gente antes de hacer una compra busca en google entonces la tarea es que cuando esa persona busque, uno esté ahí y de eso se trata el SEO y el SEM y las ventajas son todas</p> |
|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>En investigación de mercados por el tipo de clientes que nosotros tenemos seguimos haciendo inteligencia de negocios tradicional, nos sirve muy poco la información que sacamos del SEO, la información que sacamos del comportamiento en Google es interesante para armar un grupo de interés pero no se genera retorno de inversión inmediato. Linkind es la forma más tradicional de inteligencia de mercados ahí buscamos perfiles, generamos perfiles similares generamos contactos similares, pero como no somos B to C que es donde es más útil esto para poder modificaciones y transformaciones a su producto alrededor de lo que está recogiendo, que es en lo que trabajamos y ahí si vendría los segundo usamos mucho Readin6 que es la herramienta de monitoreo de social media para leer la conversación de los ciudadanos o de los usuarios o los consumidores alrededor de ciertos temas o de ciertas marcas, hacemos análisis cualitativos y cuantitativos de la conversación que permiten dar recomendaciones a los clientes tratando de entender cuál es el lenguaje ya que es como un grupo focal gigante, aunque arroja datos cuantitativos también. Por ejemplo que tan hostil es la conversación que tanto se está burlando del producto por que etc....</p> <p>En la parte de comunicación, imagen y marca utilizamos la pagina web, blog, wiki y twitter que son las fuertes.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| IV. Evaluación de resultados con herramientas online |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Para pagina web ... contactos, que significa sentarnos con un cliente que es lo que nos interesa de una página web</p> <p>El blog nos interesa sobre todo para que las persona nos referencien, hablen del tema, no tanto que nos lean si no que tanto las personas utilizan ese contenido y lo ponen en otro lado.</p> <p>Wiki es interesante porque significa suscripciones, ay que cuando la gente se suscribe significa que quieren mas información</p> <p>Twitter es un tema de seguidores, lo usamos como megáfono</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Sobre todo Google analytics, es lo primordial porque ese google analytic es donde tú vas optimizado para el SEO y el SEM</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                      | <p>No como IAB, pero sé que le ha pasado a grandes compañías, que por ejemplo deciden diseñar unas páginas para Ipad o unas aplicaciones especiales para Ipad, las desarrollan en flash y llega el momento en que las van a montar en el Ipad y la plataforma pagada con muchísimos millones de pesos invertidos no les funciona por que técnicamente el flash no funciona bien para la plataforma de Ipad. Otro ejemplo son compañías que hacen todo un desarrollo de actividades que hacer que vayas a la página web y poro algún motivo nadie se ha fijado que el link de la pagina web no está funcionando o el site tiene algún problema y no está dejando entrar a la gente. Y es por error y no saberlo manejar.</p> | <p>Accidentes tontos por ejemplo que alguien vincula mailchimp a twitter, entonces uno manda un texto y el texto se envía a 800.000 mil seguidores en twitter</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Negativas es cuando el cliente no entiende muy bien el asunto y decide meterse a lo digital sin invertir lo suficiente o por lo menos no bien creyendo que es solo u asunto de hacer un webside y ya</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

| PREGUNTAS     | IAB                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | GLOBAL NEWSINTELLIGENCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | MASS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V. Tendencias |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>En nuestro video de nuestra presentación de página web, disparo las visitas, mantiene a la gente ahí y se vuelve tema de conversación cuando nos sentamos con los clientes. Este es un caso clarísimo de una estrategia exitosa.</p> <p>Segundo nuestro blog cada vez que publicamos está generando una actividad interesante incluso ahora nuestras entradas en nuestro blog van después a la silla vacía, la estrategia a sido chévere por que la decisión fue todos escribimos, no solo Juan Fernando Giraldo, eso hace que el flujo de información se permanente</p> <p>Respecto a los clientes una vez que uno de ellos tomo la decisión de separar sus cuentas de twitter, era clarísimo que esto era un banco con una identidad como banco que a veces hablaba de responsabilidad social y lo que le dijimos fue hágale sepárelo y lo logro fue genera una comunidad muy chévere al rededor de responsabilidad social, eso le genero a ellos mucho éxito.</p> | <p>Axe es uno de los casos más exitosos que hemos tenido, que lo manejamos en nueve países y ha sido la única marca que ha hecho Trending topics en twitter con cada campaña que hacemos, nosotros recibimos axe con quine mil fans y va casi en sesenta mil fans , old parr estaba casi en cien mil fans y vamos en ochocientos cincuenta mil fans, esas dos son las que más éxito han tenido en las redes</p>                                                                                    |
|               | Google tiene un curso y una certificación que se llama el gap de Google que te certifica como un experto en saber manejar buscadores y todo el tema de search. Nosotros como IAB dictamos unos cursos que se llaman Marketing digital y les entregamos una certificación de IAB en el que garantizamos que esa persona es un profesional y conoce de marketing digital al menos de la parte básica y que se puede desempeñar en una actividad con ese tema. Al igual hay algunas universidades que se están dictando diplomados con nosotros como el CESSA, Jorge Tadeo Lozano, el CESI en Cali y EAFIT en Medellín                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>Nosotros estamos certificados por google, hay muy pocos compañías certificadas por google pero nosotros somos una de ellas y tenemos una certificación de ISO 9000 que es una certificación de calidad pero la que más nos interesa es la de google eso quiere decir que toda la gente que trabaja en asunto de análisis y optimización esta a los niveles que exige google que están muy altos</p>                                                                                             |
|               | <p>En Colombia hasta ahora se está desarrollando el tema móvil, el tema de tablets Ipad y todo lo que seguirá saliendo en el mercado, falta todo por hacerse. En este tema todo cambia supremamente rápido, definitivamente el marketing digital va de la mano de investigación y desarrollo</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Juegos,</p> <p>Hay un tema interesante y es el caso de pintrest donde el comprar material está ahí, no comprar colores ni comprar mundos, sino comprar zapatos</p> <p>Mas protección de los datos de los consumidores le van a decir a los consumidores cuénteme más cosas tuyas pero el sistema va a regular mas que lo que no cuenta no está en las reglas del juego ya ver esa tensión, entre darles premios al consumidor por que me diga todo lo que está pensando y todo lo que quiere.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Los APPS en los teléfono son los que están ahorita mandando todo en las redes que son una cosa primordial y esencial, los Apps son incluso los que están desplazando al computador la gente está recibiendo la información a través de tabletas y teléfonos</p>                                                                                                                                                                                                                                 |
|               | Yo dirigiendo la asociación pues prácticamente por naturaleza, porque tengo todas las agencias, todos los medios digitales, recibo todas las comunicaciones de IAB en estados Unidos que son buenisimas, y allá están súper desarrollados, el contacto con el ministerio de TICS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Con mi trabajo, Twitter y lo hago a través de flipboard. Vialistas es como el sistema más útil que hay                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Yo leo por lo menos unas dos horas antes de llegar al trabajo blogs sobre: tecnología como mas hable</p> <p>Arte y cultura algunos como the fox is black, Wooster collective, architect</p> <p>Yo tengo un aplicación que se llama pulse que me permite leer mucho más rápido y tú dices los temas de interés y cada uno de los blog que te interesan y el por temas me va abriendo los diferentes blogs, lo mantengo abierto todo el día lo cual me permite estar todo el tiempo informado</p> |
|               | Lo primero que yo diría es tener la mente abierta y entender que el consumidor de hoy es otro diferente al que seguramente tuvo o aprendió cuando estaba estudiando. De igual forma hay que tener la mente abierta a que los medios tradicionales son importante y no puedes desconocer una función interesante en el mercado, pero que los medios digitales le abren un panorama impresionante, le permiten estar presentes en el día a día de la gente al que le quiere llegar, estar preparado en lo que puede ser el mercado de aquí a unos 5 años, cuando sean las personas menores de 20 o 15 años las que estén tomando las decisiones de compra. Entonces requerimos mente abierta cero miopía y estar dispuestos a oír todo lo que aparece y está existiendo en el mercado, quitarse el miedo de aprender cosas nuevas | <p>Los directores que marketing que conozco no están entendiendo que esta pasando, en materia de marketing están incluso empezando a subcontratar algo que les es propio. El mayor reto es entender que está pasando además generando segmentaciones bien claras, en Colombia es diferente a lo que esta pasando en Perú, o en Venezuela, los hábitos de consumo están cambiando a ritmos diferentes. Entender que esta pasando realmente con el consumidor y la forma en que consume.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>Estar re informado la velocidad con la que se mueve esto es impresionante y son dos retos, uno poder estar al día en los asuntos de información y que es el más grande es convencer los clientes que inviertan más en lo digital y que entienden de que se trata el negocio digital y las ultra ventajas que trae el negocio</p>                                                                                                                                                                |

| PREGUNTAS                     | ENNOVVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ARIADNA                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ZAV                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. Conocimiento de la empresa | Es la empresa de medios digitales y nuevas tecnologías que se enfoca al uso de estas herramientas, crear nuevas experiencias multimedia en el requerimiento de comunicación, de mercadeo y publicidad. Para resumirlo nosotros somos medios digitales nuevas tecnologías para comunicar, divertir, posicionar, bueno todo lo que se necesite                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Ariadna es una agencia 100% digital con 8 oficinas en 7 países: Estados Unidos, México, Brasil, Argentina, Colombia, Panamá y Ecuador.                                                                                                                                                                | En ZAV buscamos entender la dinámica de su negocio y cómo piensan sus clientes, esto nos permite crear experiencias interactivas que le generan valor agregado a las organizaciones.                                                                                                                                                                                                                                        |
|                               | 4 años en el mercado                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | La empresa tiene mas de 12 años de experiencia en el mercado digital.                                                                                                                                                                                                                                 | 5 años                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                               | Capital propio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                       | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                               | Coordinador de proyectos especiales y llevo aproximadamente 2 años y medio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Country manager para la oficina de Colombia, lleva 2 años en la empresa y 10 meses en Ariadna Colombia.                                                                                                                                                                                               | Director de la Agencia y Ejecutiva de cuenta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                               | Es muy amplio y depende de la estrategia, campaña, objetivo o cliente. Todo publico que tenga acceso a Internet. Clientes empresariales, institucionales o cualquier organización que necesite una estrategia o una campaña en medios digitales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Grandes clientes, grandes marcas con presupuestos altos para planes de mercadeo digitales. Las pymes no son nuestro mercado.                                                                                                                                                                          | Enfocados en el sector Financiero. Empresas Grandes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                               | Básicamente el marketing digital lo que busca es utilizar los medios digitales que a diferencia de los medios ATL o tradicionales, nos permiten tener una interacción mucho mas cercana constante e interactiva, nos permite un tema de medición y control muy al detalle, muy real y en tiempo real a diferencia de televisión que es un estimado de tu alcance, en marketing digital tienes cifras reales. También el tema de multiplataforma de medios, en internet tienes audio, video, texto, imágenes, la gente puede interactuar, crear contenido y subirlo, puede participar o compartir. En los medios digitales cambia un poquito el tema de emisor - receptor y pasa a ser un modelo conjunto donde los emisores y los receptores están continuamente cambiando de roles | El internet no es todo pero es un complemento de toda una estrategia de mercadeo. Por eso las empresas se han dado cuenta que el marketing digital es una muy buena herramienta que ayuda alcanzar objetivos organizacionales. El marketing digital crea experiencias y mueve la caja de una empresa. | venta de productos y / o servicios a través de las redes digitales, como son internet y las redes de telefonía móvil. El marketing online consiste en la investigación y el análisis que selecciona y establece: Las estrategias online más adecuadas para llegar a un determinado target que se encuentra en las redes digitales y La métrica para cuantificar el retorno sobre la inversión del plan de marketing online. |

| PREGUNTAS              | ENNOVVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ARIADNA                                                                                                                                                                                                                                    | ZAV                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| II. Aspectos Generales | <p>Hay varias, dependiendo del objetivo se utiliza cada herramienta y cada herramienta tiene un rol, tenemos todo el tema de Google en especial Google addwords, la pauta o la publicidad que Google ofrece para llegar a segundos referenciados o trafico de relevancia, que no genera un impacto de comunicación sino genera una oportunidad de venta o acción. El tema de social media esta enfocado a generar comunidad, crear conversación, generar una identidad alrededor de una idea un mensaje o de una marca, en esto esta Facebook, twitter, youtube. El tema de desarrollo web y todo estrategia digital tiene que direccionar a un espacio digital, es calve tener un espacio digital. También todo el tema de movil , que hoy en día en Colombia el medio que mas tiene penetración es el Celular, hay mas celulares que personas, todo este tema ya sea vía mensaje de texto o también las nuevas aplicaciones para smart phones, toda la plataforma de AIOS, risk , o windows donde tiene aplicaciones donde la gente sube, conoce, comparte y sob entender cuál es el lenguaje ya que es como un grupo focal gigante, aunque arroja datos cuantitativos también. Por ejemplo que tan hostil es la conversación que tanto se está burlando del producto por que etc....</p> <p>En la parte de comunicación, imagen y marca utilizamos la pagina web, blog, wiki y twitter que son las fuertes.</p> <p>montan en todas las redes sociales y en todos los espacios donde la gente pueda montar contenido, youtube esta llenos de campañas de mercadeo y promoción muchos hechos en términos común y corriente y de forma casera, entonces tienes el correo como estos medios de comunicación, la gente que comercializa tiene estas redes sociales que están orientadas a comercializar productos exactamente. Puedes usar cualquier herramienta, blogs, redes sociales, puedes usar espacios de creación de contenido hay cuando empiezas a comunicarte debes usar todos</p> | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                            | <p>El marketing online se basa en cuatro pilares que son: Usabilidad: Es la eficiencia con la que se ofrece al usuario el servicio o información que este requiere; Interfaz: Una interfaz correctamente diseñada permite resaltar el contenido nuevo y relevante para el usuario de una forma clara y sin extravagancias; Motores de búsqueda: Son los encargados de ordenar la información que existe en internet. Para publicitarse a través de un motor de búsqueda existen dos sistemas: SEO y SEM. El primero se refiere al posicionamiento orgánico o natural y el segundo a aparecer en los resultados pagando (Llamado también PPC o enlaces patrocinados). Y por ultimo la Promoción: A través de los canales exclusivos de internet: Email Marketing, E-advertising (Banners), Social media marketing (Blogs, Twitter, Facebook, etc.)</p> |
|                        | <p>Es el mismo marketing realmente, en ambos tienes que tener un publico objetivo, tienes que determinar una estrategia de comunicación, y los canales. Es el mismo marketing pero en unos medios diferentes, el marketing tradicional sucede en los medios fisicos, ya sea ATL o BTL y le marketing digital sucede en los medios digitales.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>El marketing digital y el marketing tradicional no son mutuamente excluyentes, de hecho ambos se complementan. Ya se ha comprobado que tratar de hacer marketing por un solo medio no genera buenos resultados.</p>                     | <p>los dos necesariamente están relacionados y son muy importantes el marketing digital tiene como ventaja que su evaluación y monitorización de resultados es en tiempo real, adicionalmente el Internet es el medio que más crece en comparación con el resto de medios off-line, existe también gran cobertura y capacidad de segmentación que permite lograr una excelente afinidad y además hay gran adaptación y reacción inmediata ante la evolución del plan de marketing online. No tiene ninguna desventaja el marketing digital.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                        | <p>Es lo mismo que una estrategia de marketing. Hay que tener un publico objetivo a alcanzar, publico donde voy a desarrollar este objetivo, hay que tener una oferta de valor que voy a mostrar, tengo que conocer el publico objetivo saber que piensa, que espera que expectativas tiene, pero el tema puntual que lo diferencia es que hay que conocer como es el habito del consumo de las personas en medios digitales, saber como navega, que sitios frecuenta, saber a que hora se conecta como se expresa que comparte que le gusta. Por que a diferencia de los medios ATL el receptor es pasivo, en los medios digitales tiene poder de decisión frente a que contenido lee y cual comparte y cual no. Entonces los mas importante es conocer los hábitos de navegación del publico objetivo</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Depende de cual sea el objetivo del cliente. Sin embargo todos buscan tener una mayor interacción con los usuarios. Ariadna tiene una metodología de trabajo que se basa en entender, planear, diseñar, ejecutar, medir y aprender.</p> | <p>saber a dónde se quiere llegar. Buscamos la necesidad.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| PREGUNTAS | ENNOVVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ARIADNA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ZAV                                                                                                                                                                             |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | También depende de lo que quiera el cliente. Cada caso es diferente.                                                                                                                                                                                                                                                                                          | sin comentarios                                                                                                                                                                 |
|           | Hay un equipo o un área especializado en cada herramienta, nosotros tenemos un equipo de social media, un equipo de Google, uno de móvil, uno de diseño y desarrollo web, entonces cada área tiene su especialidad y un área de mercadeo que se encarga de aterrizar la estrategia y ver que se requiere, se requiere la constante interacción de diferentes áreas de la empresa coordinadas por un área de mercadeo que tiene una visión global de la estrategia                                                              | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | La administración de herramientas y la generación de reportes generalmente la hace una persona, pero también depende del tipo de información                                    |
|           | Cuando el publico objetivo no tiene nada que ver con los medios digitales o cuando el publico objetivo que consume internet es muy bajo no hay lugar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | El marketing digital es una opción y no una obligación. Ahora bien, las empresas se están dando cuenta que gracias a esta herramienta hay un mayor contacto con los usuarios. El marketing digital también me puede ayudar a construir marca, lograr un acercamiento con el consumidor final, generar comunicación de doble vía y a fidelizar a los clientes. | El marketing digital también me puede ayudar a construir marca, lograr un acercamiento con el consumidor final, generar comunicación de doble vía y a fidelizar a los clientes. |
|           | Dependiendo del objetivo, el mercadeo el mismo, solo que los se puede complementar, que es la mezcla entre lo online y lo offline                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Si. Son complementos, una empresa moderna sabe que ambos canales son necesarios, sin embargo hay que saber muy bien que es lo que se hace y a donde se quiere llegar.                                                                                                                                                                                         | Dependiendo del objetivo                                                                                                                                                        |
|           | Depende la estrategia, básicamente son: diseñar un entorno digital, debo tener en cuenta ese espacio digital a donde voy a llevar a la gente, como debe ser y cuanto le voy a invertir. Otro elemento clave es el presupuesto que le voy invertir a social media, la gente esta en las redes sociales, donde se genere comunicación y trafico. Si se busca ventas el tema de Google es clave, que es el único medio que te puede garantizar ventas. Estos son los items básicos pero evidentemente todo va acorde al objetivo. | Varía dependiendo de los objetivos del cliente, del presupuesto y de la estrategia digital que se quiera usar.                                                                                                                                                                                                                                                | Depende la estrategia, el presupuesto, los objetivos y en general a donde se quiera llegar.                                                                                     |
|           | Es clave contar con un ingeniero web, un desarrollador, una persona que conozca el tema de servidores, también es importante una persona que conozca de diseño que genere atracción e impacto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Un ingeniero de sistemas quien pueda agregarle unos códigos a la página web para que pueda hacer lo que requieres.                                                              |

| PREGUNTAS                                                              | ENNOVVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ARIADNA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ZAV                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| III. Conocimiento de un plan de mercadeo digital y herramientas online | es muy relativo por que depende del objetivo si es social media hay un tema de viralidad, de contenido, si la idea es ventas masivas esta el tema de Google, cada herramienta busca tenerse masiva, cada herramienta busca tener mayor alcance                                                                      | Básicamente es tener un buen contenido, generar procesos dinámicos dentro de la web pero sobre todo es generar impacto en los usuarios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | bn contenido, pero también depende de los objetivos nuestra especialidad es el sector financiero ellos no les agrada aun estar en redes sociales, entonces es enfocarse en la pagina web |
|                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | La publicidad digital solo se vuelve efectiva cuando la estrategia esta bien definida. Es decir cuando el cliente tiene claro a donde quiere llegar y porque quiere llegar ahi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Hay muchas todas efectivas y buenas dependiendo lo que quiera el cliente                                                                                                                 |
|                                                                        | Nuevamente depende del objetivo, las personas en Internet no leen, ojean. Entonces la recomendación básica es poner las cosas fáciles y muy claras y sencillos en la pagina web. Entre mas sencilla y mas limpia este la pagina web vamos a tener buenos resultados, lo importante es no hacer pensar a la persona. | En términos generales una web debe ser fácil y entretenida para la gente. También es cierto que debe ser fácil de cargar y debe explicarle al usuario donde esta y a donde puede llegar. Debe ser SEO friendly. Ahora bien, se ha demostrado que paginas que no tienen contenido (flash) también podría llegar a tener un alto impacto, porque tiene animaciones que generan mayores sensaciones.                                                                                                                                                                                                                                                                                              | fácil de usar, entretenida y que el cliente pueda encontrar lo que realmente esta buscando.                                                                                              |
|                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | En esta agencia tenemos mucho cuidado con "proponer por proponer": Hoy en día las empresa quieren estar en Facebook porque todo el mundo habla de el, sin embargo nosotros cuando proponemos incursionar en las redes sociales, es porque hay una estrategia clara y una investigación exhaustiva que nos indica que este medio podría ser un camino interesante para determinada marca.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | buscamos definir una serie de temas que queremos investigar , uno no debe incursionar a las redes sociales sin ningún fin, por eso es importante la claridad de los objetivos.           |
|                                                                        | Eso depende de la estrategia que se esta buscando, Para un tema de agencia online de viajes nosotros acostumbramos a hacer envios semanales y la recomendación es hacer los envios los días martes o los días jueves                                                                                                | El mail marketing es de la vieja guardia (old fashion), sin embargo su efectividad no deja de sorprender. Su principal ventaja es el valor de cercanía que tiene con los clientes, en Ariadna enviamos 3 correos semanales y ningún cliente se queja, de hecho todos agradecen el interés que el correo genera. NO manejamos bases de datos muy grandes, no compramos bases de dato, solo usamos bases de datos propias. Aunque los resultados no son los mismo, el mail marketing todavía es una herramienta de batalla efectiva. Los medios que usamos son lo que usa cualquier agencia. Nos ajustamos a los niveles de privacidad, respetamos cuando alguien no quiere recibir mas correos. | Lo usamos poco porque no nos gusta saturar, depende también de las intensiones de los clientes y tenemos en cuenta el tema de la privacidad                                              |

| PREGUNTAS                                            | ENNOVVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ARIADNA                                                                                                                                                                                                                              | ZAV                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | <p>Uno no genera demanda con SEM Google es una estrategia de oferta, la generación de demanda buscar despertar el deseo, el inconsciente del publico objetivo para llevarlo a comprar un producto, la estrategia de oferta es mas un tema de impulso. Google es solo oferta que cuando una persona ya viene a buscar yo ya estoy acá, pero Google no despierta el interés o deseo en la persona, único es una buena posición en la hora de ofrecer.</p> | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                      | <p>el SEM es pagar par a aparecer, entonces mientras tengas plata apareces de una en los primeros resultados y apareces con mas visibilidad y el SEO es que es gratis. Hay múltiples estrategias</p>                                       |
|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>La comunicación es vital en una estrategia digital. Como mencionaba antes, el marketing digital funciona en doble vía. Una correcta investigación de mercados también ayuda desarrollar correctamente una estrategia digital.</p> | <p>comunicación varia mucho dependiendo de la empresa, y para ello hay que adaptar las herramientas. La estrategia digital es de gran importancia sin dejar a un lado la tradicional. Siempre hay que estar en constante investigación</p> |
| IV. Evaluación de resultados con herramientas online | <p>dependiendo de la estrategia y del publico objetivo, existen varios indicadores, el primero las visitas de la página, el porcentaje de rebote, que es que si la persona al llegar a la página encuentra lo que buscaba, lo que muestra que tan efectiva en mi página a la hora de recibir a la gente, otros indicadores es el crecimiento en redes sociales, contenido compartido, el numero de likes</p>                                            | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                      | <p>depende la estrategia y de los objetivos</p>                                                                                                                                                                                            |
|                                                      | <p>Si, mas en el tema de ecomerce, por que es mas complejo además es relativamente nuevo en Colombia y es un constante aprendizaje</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                      | <p>no</p>                                                                                                                                                                                                                                  |

| PREGUNTAS     | ENNOVVA                                                                                                                                                                                                              | ARIADNA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ZAV                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V. Tendencias | El tema de móvil marketing tuvimos un formato interactivo que tuvo mucho éxito, o nuestros reallities con el canal RCN, excelentes plataformas web como liga postobon... muchas                                      | varios casos de éxito (no da nombres ni cifras) pero hace referencia a que en un proyecto en el que se comprometieron con el cliente a que si recibían cierta cantidad de dinero ellos se comprometía a retornarles una cifra específica en una semana. Al segundo día de la promoción, ya habían alcanzado esa cifra, los demás días fueron un beneficio extra. Con esa promoción el cliente aumento sus ventas online y offline, duplicaron sus ingresos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | varios casos pero nuestro caso mas representativo es Nuestro principal cliente es el Banco con el cual llevamos 2 años trabajando, desarrollamos las plataformas web para el Banco GNB Sudameris, Servitrust GNB Sudameris y Servivalores GNB Sudameris. |
|               | no se es un tema del área administrativa, tenemos muchas alianzas. Pero mas que eso lo importante es el éxito de las campañas, el nivel de su equipo humano y obviamente el portafolio de clientes y casos de éxito. | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | no poseemos                                                                                                                                                                                                                                              |
|               | Internet                                                                                                                                                                                                             | Tendencias: todo el mundo va a mobile, la penetración de smartphones y tablets es altísima y esta subiendo rápidamente. Social media se va consolidar, sin embargo las redes sociales van a expandirse a tal punto que cada persona podría tener su propia red social (long tale). El ocio representa el aspecto más importante para el marketing digital, por eso las empresas deben ser entretenidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Aplicaciones Móviles. Todo el tema de móviles sabiendo que el usuario lleva consigo el teléfono.                                                                                                                                                         |
|               | El principal reto de un director de mercadeo siempre va a ser ofrecer una efectiva y diferente propuesta de valor                                                                                                    | El marketing digital se caracteriza por estar innovando permanentemente, hay que estar informado con cifras, casos de éxito y campañas ganadoras de premios especializados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ofrecer valor agregado                                                                                                                                                                                                                                   |
|               |                                                                                                                                                                                                                      | El director de marketing debe tener un cuidado especial con su ego, a veces se caen en el error que lo que yo hago es lo mejor y eso no es así. Desafortunadamente o afortunadamente el marketing digital es un proceso de prueba y ensayo, lo que puede ser una gran idea podría no tener los resultados esperados o lo que parece una idea simple tiene un impacto grandísimo. El director de marketing debe ser una persona con capacidad de riesgo pero con los pies en la tierra. Por otro lado, se hace referencia a que el director de marketing digital en Colombia creció empíricamente, porque no hay un estudio formal sobre esta área específica. Hace falta la profesionalización del tema digital. También cuenta que la gente que sabe es muy poca y hay una brecha muy grande entre los que saben y los que hasta ahora se están metiendo en el medio. | ser profesionales en todo este tema.                                                                                                                                                                                                                     |

| PREGUNTAS                     | DESARROLLA LTDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 7 INTERACTIVO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. Conocimiento de la empresa | <p>La empresa se llama Desarrolla Ltda., somos una Agencia de Publicidad netamente enfocada en el tema digital. Tenemos una unidad digital que le presta servicios a otras agencias que no tienen ese departamento netamente conformado como lo es J. Hoyos, Acomedios y otras. Nuestro objetivo es engranar siempre las soluciones tradicionales con las soluciones online dado que somos un complemento, no es un medio único, esto es un complemento a lo que se hace y es para cubrir más audiencia. Nos enfocamos netamente en hacer estrategias de Marketing Digital, sea por Redes Sociales, medios tradicionales, desarrollos de Sitios, etc.</p>                                                                                                                                                                | <p>7 Interactivo es una Agencia Digital. El mercado va arrastrando la publicidad hacia el medio digital. Las agencias tradicionales van también volcándose hacia estos medios.</p>                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                               | <p>En el mercado, legalmente constituida la empresa tiene 2 años. Las personas que operan en Desarrolla tienen más de 8 años de experiencia en el sector de Internet. Han trabajado en sitios como El Tiempo, empresas de telefonía celular desarrollando productos para teléfonos, agencias como Grupo M, etc.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>4 años</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                               | <p>Propio</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>sin comentarios</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                               | <p>Fundador y Director General (Fernando Reyes)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Andrés Rodríguez. Comercial</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                               | <p>Nuestro mercado objetivo son las Centrales de Medios que tienen muchos o pocos clientes, que quieren incursionar en Internet y no saben cómo. Tenemos herramientas avanzadas como ComScore, AdServer como E-planning (tenemos la representación de E-planning para Colombia), personal capacitado, y les brindamos servicios a estas Centrales de Medios y a los clientes de cualquier sector, sin aumentarles sus costos pero dándoles beneficios para que aprendan que Internet es un medio que está creciendo, que funciona y lo que queremos es Fidelizar y Enseñar. Tenemos clientes en el sector automotor, alimentos, seguros.</p>                                                                                                                                                                             | <p>Hay clientes grandes que ya están dentro del mercado digital y otros clientes pequeños que quieren crecer pero no tienen tanto presupuesto para medios como TV o Radio, por lo que buscan medios digitales para crecer. Tenemos clientes en todas las industrias porque el tema se presta para que sea aplicable a cualquier caso.</p>                                                                                                    |
|                               | <p>Internet tiene una oferta publicitaria en cuanto a computadores y personas del 55%. La inversión en Internet creció el año pasado según la IAB, estuvimos por encima de Revistas, creo que es el 5.5% de inversión total en medios, sin embargo hay mucho desconocimiento de parte de agencias, anunciantes, clientes (más clientes que el resto) en el medio. Como hay este desconocimiento siguen invirtiendo su dinero en medios tradicionales como televisión, radio, prensa, vallas y son medios que pueden dar resultados pero no son netamente medibles como Internet. La idea es que radio o prensa nunca van a reemplazar a la televisión y tampoco Internet va a reemplazar a los otros medios, pero es un complemento y cada vez más personas están migrando allá para encontrar contenidos digitales.</p> | <p>En Colombia va creciendo pero estamos muy pobres todavía porque se prefiere manejar aún mucho más medios digitales. Sin dar una cifra específica, se estima que un 20% de inversión máximo está siendo destinada al tema digital. Como es un tema tan medible, comparado por ejemplo con TV, se puede obtener mucha más información sobre la efectividad de la publicidad y es por eso que lo digital va tomando cada vez más fuerza.</p> |

| PREGUNTAS                 | DESARROLLA LTDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 7 INTERACTIVO                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| II. Aspectos<br>Generales | Sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                        |
|                           | La idea de todo esto es engranar soluciones digitales a soluciones tradicionales. Por ejemplo General Motors utiliza avisos o pautas en radio que invitan a las personas a visitar Facebook, Twitter o su Website. Estas son competencias digitales que se están haciendo y son temas de cross-marketing que se están implementando y que sirven para complementar a la audiencia porque hay personas que ven televisión, otras leen prensa, otras sólo escuchan radio o están en Internet. Por esto es bueno estar en todos los medios, unificar la comunicación y de todos los medios halar hacia Internet. Por qué Internet, porque allí se puede medir, se puede saber quién es la audiencia, puedes conocerla, puedes interactuar, lo que no permiten algunos otros medios. | Muchas campañas para complementar estrategias tradicionales se hacen a través de Internet, invitando a visitar un landing page o un mini-site, teniendo en cuenta que la disponibilidad de recursos para acceder a la red es muy alta. |
|                           | Primero, tener claro cuál es el objetivo. Muchos clientes quieren estar en Internet, pero no saben siquiera por qué lo quieren hacer ni cuál es su objetivo real. Hay que tener claro el objetivo, plantearse una meta. Hay clientes que actualmente tienen su Sitio Web y dicen "quiero tener muchas visitas". Cuánto es mucho para usted? Cuánto tiene actualmente y a cuánto quiere llegar? La parte más difícil es tener un presupuesto para invertir en el tema.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                        |

| PREGUNTAS | DESARROLLA LTDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 7 INTERACTIVO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Todo depende del tipo de campaña. Se manejan costos sobre clics, o sobre impresiones, etc. Se le vende al cliente un número determinado de clics, por ejemplo, en un tiempo determinado. Se manejan también costos por aplicación, donde se cobra por el llenado de un determinado formulario o afiliación a un servicio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|           | Todas las herramientas están dispuestas para los clientes. Hay un ejecutivo de cuenta que trabaja directamente con el cliente para captar la idea de lo que quiere. Este se la entrega a un Planner que diseña un Plan de Medios que depende de la afinidad de la audiencia. Cuando se empieza a ejecutar la campaña entra una persona llamada Trafficker para hacer un seguimiento de todos los medios y revisar si están "convirtiendo", si la campaña está quieta o si está marchando correctamente. Por la inmediatez de la información en Internet y la variación de las audiencias, debe hacerse un seguimiento prácticamente diario y semanalmente se envía un reporte, se hace una conferencia o se visita el cliente para mostrar en qué estamos, los ajustes sugeridos y ver si los aprueba o no para realizarlos. El Trafficker es la persona que tiene contacto día a día con la campaña y es quien genera el reporte para ver qué medio está funcionando bien, cuál está convirtiendo, cuál no, si la creatividad está "floja", para hacer planes d entender cuál es el lenguaje ya que es como un grupo focal gigante, aunque arroja datos cuantitativos también. | En la Agencia hay Ingenieros de soporte y desarrollo, diseñadores y personal especializado en planeación de campañas. Más que todo los ingenieros desarrolladores son quienes están encargados de la administración de las plataformas. Ahora incluso temas relacionados con dispositivos móviles. Tenemos también manejo de algunas plataformas de tipo Web 2.0. Estamos haciendo uso de una plataforma para desarrollo de páginas que se ajusten a cualquier tipo de dispositivo para mejorar la navegabilidad (confidencial).                                                                                                                                                                                      |
|           | Yo creo que siempre es importante usar las herramientas digitales. Cuando no se usan hay más riesgo de fallar. Por ejemplo, un taller dice que quiere llegarle a hombres y mujeres de más de 25 años. La primera respuesta es Google, o Facebook. Pero dejan de cubrirse otros medios que con el mismo presupuesto se habrían podido cubrir y que al final puede que no se tenga la mejor tasa de conversión. El cliente al final puede decir que le funcionan mejor los volantes al lado del taller. Siempre es bueno utilizar herramientas digitales porque da profesionalismo, se puede ser más exacto con el cliente, no está jugando con su presupuesto, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|           | Los clientes enfocan sus esfuerzos en el precio y los beneficios que se pueden obtener. Pueden manejarse pruebas gratis, menor valor, ofertas especiales para quienes vienen por Internet, dado el ahorro en costos que se deriva de no necesitar personal impulsando productos, embalajes, demostración en Grandes Superficies, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|           | Quando tenemos el presupuesto y vamos a hacer un Plan de Medios la idea es equilibrar el Retorno de la Inversión (ROI) dados los objetivos del cliente. Hay que tener en cuenta que el presupuesto no debe ser muy alto ni muy bajo. Debe ser mediano en que "hay que meter clics, hay que meter impresiones, hay que meter brandeos, hay que tener en cuenta la formación de las piezas, creatividad, mensaje y todo eso tiene costo. Hay que dividir el Plan en esas etapas y generar la lista de chequeo. Lo que más representa en porcentaje del presupuesto es la Inversión en Medios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|           | La parte más crítica es ingeniería. Realmente las Agencias Digitales somos más casas de software que empresas digitales. Entonces la parte más crítica es tener ingenieros que conozcan, que estén capacitados, que estén a la vanguardia en las últimas actualizaciones para desarrollos. En cuanto a recursos de hardware no es tan critico porque muchos servicios ya están en la Nube y sólo se requiere una buena máquina que perfectamente dura unos tres años funcionando perfectamente. En Software hay algunas herramientas que están en la Nube que se toman y se adaptan, otras que son desarrolladas internamente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | La preocupación al incursionar en el tema del marketing digital no era tanto de recursos de software o hardware, sino más bien el alcance que podía llegar a tenerse. La velocidad del Internet es muy importante porque así se tenga un computador muy sencillo o básico, si se tiene una buena conexión la navegabilidad puede ser buena. Ahora también es mucho más fácil acceder a un computador que antes, incluso a computadores portátiles y otros dispositivos. En cuanto a la agencia, contamos con Servidores y toda la plataforma necesaria para soportar la información de los clientes y también contratamos espacios de almacenamiento y hosting con terceros especializados en este tipo de servicios. |

| PREGUNTAS                                                              | DESARROLLA LTDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 7 INTERACTIVO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| III. Conocimiento de un plan de mercados digital y herramientas online | <p>Todo es un complemento. Depende del punto en que estás como cliente se puede dejar de hacer una u otra cosa, pero todo debe complementarse. Debe incrementarse mucho el voz-a-voz o sea la "viralidad" en las Redes Sociales para lograr subir en escalafones de posicionamiento en una forma rápida.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                        | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                        | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Hay dos claves. Primero debe ser una página no tan pesada para que genere una navegabilidad fácil, permitiendo con menos clics llegar a la información que se quiere. Segundo, debe ser una página optimizada para que sea visible en Google, por ejemplo para que haya tráfico hacia la página y se tengan buenos resultados.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                        | <p>Hay un Community Manager directamente en la Agencia que se encarga de la administración de las Redes Sociales. Ésta debe ser constante para lograr buenos resultados. Hay herramientas que permiten monitorear lo que pasa alrededor de unos temas específicos en las Redes Sociales. Cuando se tiene una marca se puede ver qué es lo que están diciendo sobre tu marca o qué están diciendo de tu competencia para lograr un mayor control. Se hace un análisis con un sistema de Buzz y hay un Community Manager que analiza lo que está pasando, en dónde tiene o no que intervenir, pero no hay un tiempo aconsejable. Depende de lo que el cliente quiera hacer. Es muy importante sin embargo siempre tener presencia, hacer actualizaciones periódicas, subir fotos, contenidos, etc. (Qué Redes Sociales usan?) Facebook, Twitter y YouTube que es lo que está "pegadísimo" en Colombia. De pronto algún cliente quiere LinkedIn también pero es raro.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>Por lo menos el 90% de los clientes quieren Redes Sociales. El gran temor es que son un arma de doble filo, porque por ejemplo las compañías de comunicación celular tienen muchos problemas de servicio y la gente se expresa a través de Redes Sociales para quejarse. Se presta para poder decir lo que se quiere. Pero por otro lado permite cercanía con el usuario y mejoras en la comunicación, para poderle expresar que se está teniendo en cuenta. Es importante "responder". - Nosotros manejamos también publicidad en Facebook (Social Ads), que es muy buena porque se maneja con costo por clics y permite segmentar mucho más la pauta y optimizarla. También hay ahora en Redes Sociales personas con cierto liderazgo (famosos), que la gente confía en ellos, que hacen comentarios sobre marcas y permiten arrastrar tendencias.</p>                                          |
|                                                                        | <p>Algunos clientes lo piden por la naturaleza de su negocio y se hace, pero los productos que pueden manejarse a través de correo electrónico deben ser muy específicos. No todos los productos son para hacer "de todo". Hay que revisar si ya se tiene una base de datos, en qué servidor de correo se va a trabajar, qué tipo de estadísticas se arrojan, cuántas conversiones se pueden generar, pero el tema de la mayoría de clientes es más de consumo masivo entonces por eso no usan mucho el correo electrónico [...] La tasa de aperturas no es mucha, la tasa de clics sobre la tasa de aperturas tampoco es mucha y al final cuando llega al cliente el ROI contra la cantidad de correos enviados se ve que no es muy efectivo. Por eso es muy específico cliente o producto que puede hacerse mercadeo por e-mail. (Qué producto, por ejemplo?) Hace poco hicimos algo de un producto de estética. Teníamos una muy buena base de datos de mujeres y hubo una tasa de apertura del 20% con una muy buena tasa de clics. No es tanto por la tasa de apertura ni la tasa de clics, sino porque quienes hicieron clic y revisaron el producto terminaron comprándolo. Por eso para ese producto de belleza el tema de correo electrónico funcionó.</p> | <p>Es una herramienta que permite llegarle a una base de datos de contactos que se puede segmentar y se puede personalizar con nombre, haciendo los envíos más cercanos al público. Permite también tener los reportes de quiénes abrieron los mails, los porcentajes de apertura, lectura, clic en los enlaces. Es efectivo, para nosotros las campañas de mailing que hemos hecho han reportado unos porcentajes de lectura de aprox. 65%. - Ha pasado que con el negocio de las comercialización de Bases de Datos y las nuevas legislaciones se empiecen a tener en cuenta temas de privacidad que antes no era necesario y no se puede ser intrusivo con el envío de correos. - Manejamos directamente algunas bases de datos ya segmentadas por las cuales cobramos, o en ocasiones nuestros clientes contratan sólo el servicio de envío de correos siendo ellos los dueños de las bases.</p> |

| PREGUNTAS                                            | DESARROLLA LTDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 7 INTERACTIVO                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | <p>Ventaja es que una persona que esté buscando algo, así no te conozca, te puede encontrar. Una desventaja es que una persona que no esté conforme con un servicio tuyo y que sepa hacer SEO o SEM puede hacerte un daño. Puede por ejemplo aparecer primero en el Motor un Blog de alguien que se está quejando del servicio, antes que tu página, siendo consultada primero la queja. Pasó hace poco con Irotama. Tuvieron un cliente que no se sintió satisfecho por una tontería, él creó una página que se llama santamartairotama.com y tuvo mejor SEO que la misma página de Irotama. Cuando las personas entraban veían sólo comentarios negativos lo que literalmente espantó a muchos clientes. (...)</p> |                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                      | <p>sin comentarios</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                       |
| IV. Evaluación de resultados con herramientas online | <p>Puede hacerse con Google Analytics, con Omniture, con Certifica, que con servicios que analizan las páginas. Cuando se tiene una tienda de e-commerce es recomendable poner tags para ver en qué paso arrancan las personas, dónde terminan, cuáles son las tasas de deserción.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Depende del tipo de campaña, de cómo se haya negociado con el cliente. Hay mediciones de clics, de impresiones, de aplicaciones, etc. La ventaja de todo es que es más fácil medir el retorno de la inversión.</p> |
|                                                      | <p>Por ejemplo para un cliente una vez le estábamos vendiendo pauta publicitaria en Hotmail, pero el cliente nunca vio su campaña ni la de ningún otro anunciante en su correo propio de Hotmail. Resultó que el cliente estaba abriendo su correo en Outlook y obviamente nunca vio la pauta publicitaria allí. No se pudo continuar con este cliente porque su escaso uso de Internet lo llevó a no confiar en lo que se le estaba vendiendo. Esto ha sucedido con varias agencias incluso, todo debido al desconocimiento del uso de herramientas de Internet. (...)</p>                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                       |

| PREGUNTAS     | DESARROLLA LTDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 7 INTERACTIVO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V. Tendencias | Tuvimos un concurso con unos cultivadores de peras de los Estados Unidos, llamado PerasUSA. Creamos un sitio en donde las personas subían sus recetas, con varias categorías, y las más votadas recibían un premio. Esto se hizo en Internet como apoyo a la Central de Medios J.Hoyos y se hizo al mismo tiempo pauta publicitaria en televisión. (...) Las personas empezaron a compartir el tema en Redes Sociales. Se recibieron en 15 días más de 300 recetas, visitaron el sitio más de 18000 personas, la receta ganadora tuvo 16000 votos y al final el concurso terminó funcionando en Colombia y Panamá. La condición para poder reclamar el premio era tener una factura de compra de Peras USA. El cliente al final quedó muy contento con la campaña. La idea era posicionar la marca Peras USA en los jóvenes, que son quienes van a comprar peras más adelante. (...)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Se hizo una campaña de una marca de Brownies en la que se invitaba a la gente a registrarse en la página, ingresar los códigos de los empaques y participar por la rifa de un Mini Cooper. Se había presupuestado lograr el objetivo de 200.000 redenciones en un mes, pero en semana y media se logró ese número. Ahí fue clave la unidad de campaña entre el medio digital y los otros medios. |
|               | Miembros de la IAB. Poseemos Comscore. Somos representantes de e-Planning para Colombia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Tenemos convenios con algunas compañías de Estados Unidos (no da información específica)                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|               | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|               | A través de seminarios que hace la IAB y con registros en Bases de Datos que envían información constantemente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Hay personas encargadas de estar manteniéndose al día con las nuevas tendencias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|               | El reto más grande está en empezar a usar Internet, aunque al principio lo usual es que las marcas reciben muchos comentarios negativos. El reto está en lograr abordar lo negativo, llegar a quienes hacen los comentarios, contactarlos, revisar qué está pasando y transformar los problemas en temas positivos, aumentando el voz-a-voz, que le genere valor a los usuarios y principalmente a la marca. Los Community Managers son una parte del CRM. Es importante no sólo que haya un Community Manager, que muchas veces se convierte en la persona encargada de responder PQR (Peticiónes, Quejas y Reclamos) en Internet. La idea es tener una herramienta que permita analizar lo que está pasando, que un equipo de personas pueda dar realimentación y decir dónde estás fallando, dónde está fallando tu competencia, dónde están las oportunidades, y que te aconseje las acciones a tomar para lanzar un nuevo producto, mejorar el servicio, etc. Es un panorama muy grande que se abre en Redes Sociales porque es el sitio donde todas las peapertura ni la tasa de clics, sino porque quienes hicieron clic y revisaron el producto terminaron comprándolo. Por eso para ese producto de belleza el tema de correo electrónico funcionó. producto por que | En unos 5 o 10 años máximo la pauta debería estar siendo volcada hacia los medios digitales, teniendo en cuenta la llegada de la televisión digital. El reto para el Gerente de Mercadeo es incursionar en este medio, entender que es más medible y básicamente tener éxito en él. Utilizarlo como un complemento a sus campañas tradicionales.                                                 |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                                 | LEO BURNETT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Cuál es el nombre de la empresa?                                                                                                                                | Leo Burnett Colombiana                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 2         | Qué cargo ocupa usted y hace cuánto tiempo lleva desempeñándose en este cargo?                                                                                  | Team leader digital de alpina, cotton USA y WWF, lleva 2 años y seis meses.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 3         | Porque utilizar campañas en Internet en lugar de los medios tradicionales?                                                                                      | Los medio digitales resultan mas efectivos y fáciles de usar para llegar a los usuarios. La penetración es mucho más cercana, además es más útil y más barato usar medio digitales, desde que se sepa usar la estrategia adecuada.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 4         | Cual son los objetivos más importantes de un programa de marketing digital?                                                                                     | Los objetivos dependen de los propósitos que tenga la marca, usualmente ellos ponen los lineamientos y la agencia los pone a correr. Los objetivos más destacados son: penetración en el mercado, awareness, lanzamiento y/o mantenimiento de una campaña.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5         | Cuáles son los mayores desafíos y/o factores que influyen cuando se inicia una estrategia de marketing digital?                                                 | Lo más importante es interpretar correctamente lo que quiere el cliente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6         | Cuáles son los conceptos, productos o aplicaciones online que debería tener una estrategia de marketing digital?                                                | Hay que tener cuatro elementos básicos: lo primero es tener una idea innovadora, lo segundo es tener la capacidad de replicar esa idea y que las demás personas hablen de esa idea, tercero tener un respaldo o soporte que represente un medio adecuado para canalizar la información que un usuario desee comunicar en caso que se necesite (servicio al cliente) y cuarto las métricas (medir que efectivo pudo ser la campaña)                                                                                                   |
| 7         | Conoce los entornos online que ofrece actualmente el mercado y la competencia? Qué tácticas en línea o campañas se emplean con más frecuencia en la actualidad? | Debido a que todas las empresas quiere incursionar en la era digital, existe una gran variedad de agencias que ofrecen ese servicio, sin embargo generalmente las empresas van con cautela respecto a este tema. Existe un portafolio muy amplio de marketing digital, esta agencia ofrece desde un plan de CRM con un mailing y un seguimiento al cliente hasta el desarrollo de portales y desarrollos robustos que involucren un alto porcentaje de ingeniería y equipo creativo. La competencia de Leo Burnett es Sancho y Lowe. |
| 8         | Tiene identificado los segmentos de mercados con los que utiliza las herramientas online?                                                                       | En general todas las empresas quieren marketing digital pero muchas o no se atreven a incursionar en el tema o no saben como hacerlo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 9         | Qué es lo más le solicitan sus clientes con relación al marketing digital?                                                                                      | Depende mucho de la marca. Puede ser desde un lanzamiento de una nueva marca hasta un reforzar el posicionamiento de un producto ya existente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                          | LEO BURNETT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10        | Qué herramientas online utiliza para conocer a su cliente?                                                                                               | Por lo general mantenemos una comunicación constante y no solo dependemos de los medio digitales para conocernos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 11        | En esta agencia de publicidad, cual es la especialidad en materia de marketing digital? Cuales son algunos de sus clientes, inversiones y casos de éxito | Leo es una agencia de ideas, la principal ventaja de esta agencia es que en ella se crean y se desarrollan ideas novedosas. Casos de éxito: EFFIE por un viral de bon yurt NEON.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 12        | Cómo maneja la agencia el concepto del mail marketing? Que aplicaciones conoce? Cuales maneja?                                                           | La agencia usa una plataforma que se llama Mail blast, pero hay otras como mail bomber y mail chimp. Todas llevan métricas y seguimiento de correos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 13        | Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? Como se generan visitas? como se crea un posicionamiento en la red?                     | El negocio de hacer una página web no es rentable porque ya se pueden hacer de manera gratuita, sin embargo el truco esta en generar una estrategia adecuada para las personas, es decir tener buen SEO, generar impacto y obtener beneficios.                                                                                                                                                                                                                         |
| 14        | Cuáles aplicaciones utilizan de la web 2.0 (Banners, Adserver, Wiki, Pod Cast, widget, Redes Sociales, Blog/Weblogs, RSS/XML)? Especifique               | La web 2.0 son las herramientas que se tienen para socializar, blogs, redes sociales, microblogs y mensajerías instantáneas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 15        | Cuáles son los pasos para iniciar una estrategia publicitaria por medio de social media?                                                                 | Tener grupo objetivo claro, saber el lenguaje en que hablan y conocer sus hábitos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 16        | Cuanto es el volumen de inversión en las herramientas online?                                                                                            | Las inversiones varían dependiendo del cliente y sus necesidades, Cotton USA destina mas o menos 300.000 dólares al año sola para temas relacionados con mercadeo digital, WWF es una cuenta pro-bono y Alpina destina entre 50.000 y 500.000 dólares al año solo para este aspecto.                                                                                                                                                                                   |
| 17        | Qué práctica tiene para la protección de datos de sus clientes por internet?                                                                             | Es un tema critico que se trata con el cliente, el área de sistemas monitorea esta actividad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 18        | Cuenta con algún apoyo externo o asesoría para el desarrollo de las herramientas online antes mencionadas?                                               | Acá se crean y desarrollan todas las ideas. En caso que se necesite un apoyo externo se debe consultar con la parte administrativa en la casa matriz en Chicago de la empresa y con el cliente.                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 19        | Realiza seguimiento a sus campañas digitales? De qué forma lo hace?                                                                                      | Si es un site, se cruza un código para establecer el numero de clicks, numero de descargas y demás estadísticas de trafico. Cuando es mailing, se aplica un software para establecer cuantos correos se enviaron, cuantos rebotaron, cuantos correos se abrieron, etc. Cada método maneja una métrica distinta.                                                                                                                                                        |
| 20        | Qué ventajas y desventajas encuentra al utilizar herramientas online en sus estrategias publicitarias?                                                   | Ventajas: nivel de penetración, costos, nivel de novedad. Desventajas: en Colombia el pico de adaptación de tecnología es muy bajito, es decir, mucha gente usa BlackBerry pero la tendencia mundial es usar iPhone o un dispositivo Android. Por otro lado, las redes móviles en Colombia son muy limitadas, en gran parte del mundo existe un replicador de señal cada 5 metros mientras que en nuestro país uno esta de buenas si en Juan Valdez nos regalan señal. |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                                 | PUBLICIS COLOMBIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Cuál es el nombre de la empresa?                                                                                                                                | Publicis Colombia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2         | Qué cargo ocupa usted y hace cuánto tiempo lleva desempeñándose en este cargo?                                                                                  | Director Creativo General, 2 años en la empresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 3         | Porque utilizar campañas en Internet en lugar de los medios tradicionales?                                                                                      | Primero hay que ver el grupo objetivo, el target y muchas variables para saber si es necesario involucrarse en una campaña digital, por ejemplo si el target es muy adulto la afinidad hacia este tema no va a hacer el esperado, a este grupo prefiero tomarlo por otro lado. El boom del internet en Latinoamérica ha crecido y Colombia es el 3 país en uso de internet y estas cifras soportan por qué utilizar mercadeo digital. Se tiene un amplio segmento al cual llegar.                                             |
| 4         | Cual son los objetivos más importantes de un programa de marketing digital?                                                                                     | Escoger muy bien el target al que quiero llegar, de acuerdo al producto o servicio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5         | Cuáles son los mayores desafíos y/o factores que influyen cuando se inicia una estrategia de marketing digital?                                                 | Identificar muy bien el target, las barreras que tiene el consumidor hacia internet, las campañas digitales no son fáciles de vender los clientes no conocen muy bien el funcionamiento y hacia la compra del producto y la implementación de estas estrategias. Estas campañas no deben quedarse solo en marketing digital, deben ser medibles y reales. Dependiendo de los objetivos de mercadeo de las empresas, publicis se encarga de ofrecer los servicios. Se puede hacer estrategias virales, se puede fidelizar etc. |
| 6         | Cuáles son los conceptos, productos o aplicaciones online que debería tener una estrategia de marketing digital?                                                | Fidelización, redes sociales, niveles de impacto y recordación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 7         | Conoce los entornos online que ofrece actualmente el mercado y la competencia? Qué tácticas en línea o campañas se emplean con más frecuencia en la actualidad? | Una estrategia de marketing la compone un site, una pauta online, un portafolio de redes sociales, banners, marketing viral. El CRM es la base de la pirámide, considera que es muy importante y ayuda a fidelizar al cliente, el crecimiento de Mobile es muy importante.                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 8         | Tiene identificado los segmentos de mercados con los que utiliza las herramientas online?                                                                       | El segmento es muy amplio, realmente depende del producto o servicio que se ofrece                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 9         | Qué es lo más le solicitan sus clientes con relación al marketing digital?                                                                                      | La mayoría de los clientes no tienen claro que quieren o que necesitan, nosotros nos encargamos también de asesorarlos y ayudarles con sus objetivos estratégicos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                          | PUBLICIS COLOMBIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10        | Qué herramientas online utiliza para conocer a su cliente?                                                                                               | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 11        | En esta agencia de publicidad, cual es la especialidad en materia de marketing digital? Cuales son algunos de sus clientes, inversiones y casos de éxito | Estrategia BTL para carnetizar a las mamás estratos 1,2 y 3 edades entre los 23 y 45 años, que consistía en registrar los códigos de Ariel y ganaban premios, la cual funciono muy bien. Los clientes son Purina como cliente mas importante ya que se realiza estrategia 360 con ellos y Renoult . Renault, Nestlé, Siemens, L Oreal, Hewlewt-Packard, British Airways, Coca-Cola y Whirpool. |
| 12        | Cómo maneja la agencia el concepto del mail marketing? Que aplicaciones conoce? Cuales maneja?                                                           | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 13        | Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? Como se generan visitas? como se crea un posicionamiento en la red?                     | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 14        | Cuáles aplicaciones utilizan de la web 2.0 (Banners, Adserver, Wiki, Pod Cast, widget, Redes Sociales, Blog/Weblogs, RSS/XML)? Especifique               | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 15        | Cuáles son los pasos para iniciar una estrategia publicitaria por medio de social media?                                                                 | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 16        | Cuanto es el volumen de inversión en las herramientas online?                                                                                            | Las herramientas digitales van desde 10.000.000 hasta 700.000.000                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 17        | Qué práctica tiene para la protección de datos de sus clientes por internet?                                                                             | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 18        | Cuenta con algún apoyo externo o asesoría para el desarrollo de las herramientas online antes mencionadas?                                               | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 19        | Realiza seguimiento a sus campañas digitales? De qué forma lo hace?                                                                                      | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 20        | Qué ventajas y desventajas encuentra al utilizar herramientas online en sus estrategias publicitarias?                                                   | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                                 | Sancho BBDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | Cuál es el nombre de la empresa?                                                                                                                                | Sancho BBDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2         | Qué cargo ocupa usted y hace cuánto tiempo lleva desempeñándose en este cargo?                                                                                  | Creativo digital y lleva 1 mes en la empresa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 3         | Porque utilizar campañas en Internet en lugar de los medios tradicionales?                                                                                      | La globalización obliga que las marcas se conozcan a nivel nacional e internacional de una manera mas rápida y efectiva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 4         | Cual son los objetivos más importantes de un programa de marketing digital?                                                                                     | El objetivo es llegar masivamente, que la marca tenga un voz a voz importante y que se presente de una forma mas humana.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5         | Cuáles son los mayores desafíos y/o factores que influyen cuando se inicia una estrategia de marketing digital?                                                 | Existe mucha tecnología y mucha competencia. La principal dificultad son los tiempos de ejecución y las herramientas para implementar una campaña.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 6         | Cuáles son los conceptos, productos o aplicaciones online que debería tener una estrategia de marketing digital?                                                | Redes sociales, aplicaciones en móviles, paginas web, aplicaciones con código QR.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 7         | Conoce los entornos online que ofrece actualmente el mercado y la competencia? Qué tácticas en línea o campañas se emplean con más frecuencia en la actualidad? | Depende de la estrategia publicitaria, sin embargo la adquisición de alta tecnología resulta ser un factor determinante                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8         | Tiene identificado los segmentos de mercados con los que utiliza las herramientas online?                                                                       | Muchas las empresas buscan una estrategia digital porque por ejemplo las redes sociales se convierten en un canal de opinión de los clientes y todas las empresas quieren saber ese sentir. Sin embargo el cambio siempre genera incertidumbre porque algunas empresas piensan en utilidades y no se dan cuenta que una estrategia digital también trae "fama". Existe un paradigma que se pretende romper: "lo que no genera utilidades, no sirve" |
| 9         | Qué es lo más le solicitan sus clientes con relación al marketing digital?                                                                                      | Que la marca sea reconocida.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                          | Sancho BBDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10        | Qué herramientas online utiliza para conocer a su cliente?                                                                                               | Redes sociales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 11        | En esta agencia de publicidad, cual es la especialidad en materia de marketing digital? Cuales son algunos de sus clientes, inversiones y casos de éxito | Con Davivienda el corresponsal (Leo Burnett), en esta campaña no se vendía un producto sino que se pretendía relacionar a las personas con un personaje particular, este tipo de estrategias no hacia énfasis en los servicios del banco pero si ayudar a posicionar la marca en la mente de muchos usuarios. Esta campaña era abarcaba redes sociales, una pagina web que era un blog pero lo mas importante fue que se creo un efecto viral muy fuerte. Los costos varían dependiendo de la complejidad de la compañía. |
| 12        | Cómo maneja la agencia el concepto del mail marketing? Que aplicaciones conoce? Cuales maneja?                                                           | No Conoce                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 13        | Cuál es el método en su empresa para generar la popularidad web? Como se generan visitas? como se crea un posicionamiento en la red?                     | Tiene que estar muy bien posicionado en los buscadores y tener mucho tráfico. Lo más importante es que las páginas tengan un muy buen contenido. Para generar trafico se generan virales y que siempre exista algo que motive a los usuarios a entrar a la web.                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 14        | Cuáles aplicaciones utilizan de la web 2.0 (Banners, Adserver, Wiki, Pod Cast, widget, Redes Sociales, Blog/Weblogs, RSS/XML)? Especifique               | Redes sociales donde la gente pueda opinar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 15        | Cuáles son los pasos para iniciar una estrategia publicitaria por medio de social media?                                                                 | Depende, por ejemplo en Facebook se están limitando los contenidos, entonces la estrategia debe adaptarse a las nuevas políticas. Lo mas difícil es que la gente comparta lo que se esta comunicando, ese el punto critico.                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 16        | Cuanto es el volumen de inversión en las herramientas online?                                                                                            | Depende de lo que el cliente quiera, las estrategias se adaptan a los presupuestos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 17        | Qué práctica tiene para la protección de datos de sus clientes por internet?                                                                             | sin comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 18        | Cuenta con algún apoyo externo o asesoría para el desarrollo de las herramientas online antes mencionadas?                                               | La agencia hace todo, desde la planeación hasta la ejecución.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 19        | Realiza seguimiento a sus campañas digitales? De qué forma lo hace?                                                                                      | Por etapas, primero se mide si la campaña genero impacto y luego se mide el tiempo de permanencia de la campaña y obviamente se mide si se alcanzo el objetivo primordial de la campaña.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 20        | Qué ventajas y desventajas encuentra al utilizar herramientas online en sus estrategias publicitarias?                                                   | Ventajas: costos, mayor alcance, los medio son de fácil acceso; Desventajas: la tecnología no esta al alcance de todos (desarrollos de motion tracking)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                                                                                                              | E-NNOVVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ARENA (central de medios Bavaria - Grupo Avast Media)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1         | ¿Cuál es el nombre de la agencia? ¿De dónde surge el nombre o qué significa? ¿Hace parte de alguna organización más grande                                                                                                                   | e-NNOVVA agencia del grupo RCN, e-NNOVVA significa innovación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 2         | Cuáles son los productos o servicios que ofrece la Central?                                                                                                                                                                                  | ofrece servicio de agencia y de medios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Nosotros tenemos la estrategia en medios digitales de cada una de las marcas de Bavaria. No tenemos nada que ver con la página web ni con el perfil de Facebook, sino más bien impulsamos estos canales por medio de pauta publicitaria online. Nosotros contratamos proveedores como Casa Editorial El Tiempo, El Espectador, etc. y lo que hacemos es, a partir de un planteamiento estratégico digital, escoger la pauta, el tipo de pauta y el formato. |
| 3         | ¿Cuál es su cargo dentro de la organización? Haga por favor una breve descripción de sus responsabilidades y funciones                                                                                                                       | Director de Trafico Ad New Media de e-NNOVVA, dentro de las funciones esta verificar y hacer cumplir que todo lo que vendan los comerciales tengan un lineamiento y llegamos a cumplir lo que se le esta ofreciendo al cliente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Ángela Camargo - Director de Cuenta Lattitud.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 4         | Describe el posicionamiento actual de la compañía dentro de la industria publicitaria (tiempo en el mercado, breve reseña                                                                                                                    | somos líderes en el mercado, gracias al respaldo de ArdiaLule y la influencia en medios como RCN radio, y el canal , pero el talento y los grandes proyectos son los que nos ha dado a conocer y ya todas las agencias saben que es e-nnova y los anunciantes también y todos quieren estar aquí.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 5         | Cuáles Agencias Publicitarias tienen establecidos convenios, alianzas o negocios con ustedes? Mencione algunas                                                                                                                               | pues digamos que con todas las agencias tenemos que ver, ya que somos central de medios a la vez , entonces muchas agencias nos ordenan a nosotros., además tenemos convenios directamente con los anunciantes pues como a su vez somos agencia, tales como los coches, incauca, sándwich cubano.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6         | ¿Cuáles son los objetivos estratégicos de la compañía? (Planes a mediano y largo plazo)                                                                                                                                                      | a mediano plazo ser los mas fuertes en el mercado, que los anunciantes crean en e-nnova y que se sientan respaldados. A largo plazo la expansión al mercado de España, Perú, Ecuador, México, entre otros                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 7         | ¿Cuál es el factor diferenciador más importante de su compañía frente a las demás Agencias o Centrales de Medios de la industria?                                                                                                            | El talento y el soporte que se le brinda a los clientes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8         | ¿Cuál es el mercado objetivo de la Central de Medios? Mencione algunos de sus clientes y el sector económico al que pertenecen.                                                                                                              | en este momento dentro del pareto estamos con grandes anunciantes como la banca y medios de comunicación pero también le estamos apuntando a los anunciantes directos y los pequeños anunciantes pues ellos son el objetivo porque aun tienen miedo de pautar en la Internet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Manejamos toda la pauta de Bavaria como principal cliente en medios digitales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 9         | ¿De sus clientes actuales podría usted estimar el presupuesto anual que éstos destinan para publicidad y que están ustedes controlando? Detalle dos o tres casos específicos de alto presupuesto y de igual manera algunos clientes menores. | dentro los clientes mas representativos están El Grupo Postobon, Bancolombia y Citibanc el presupuesto anual es de miles de millones anuales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | En el caso de Bavaria el presupuesto para Digital está en el 6%, que comparado con el restante en medios tradicionales es muy bajo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 10        | ¿Cuáles son los medios actualmente explotados por la agencia? ¿Cuál es el preferido por sus clientes? ¿Cuál es para usted el más efectivo?                                                                                                   | muchos realmente las redes sociales (facebook, twitter) red de contenidos (google) y el mas efectivo la pauta on-line es 360 completamente efectivo y deben acompañarse                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Bavaria por ejemplo como nuestro cliente compra la pauta a través de nosotros y dependiendo de la segmentación que se haga hacemos una estrategia para determinar en qué canales debe ir esa pauta. Por ejemplo con Pony Malta puede ir la pauta en sitios como Juegos.com, RincondelVago.com, DisneyXD, etc.                                                                                                                                               |
| 11        | ¿Qué piezas publicitarias manejan normalmente                                                                                                                                                                                                | todos los formatos tradicionales, at media, medios sitios, y lo nuevo realidad aumentada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Todo tipo de piezas, dependiendo del cliente y de lo que se define en las estrategias. Rich Media, banners, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 12        | ¿Hace cuánto tiempo incursionó la Central en el manejo de medios digitales?                                                                                                                                                                  | e-NNOVVA desde que nació hace 3 años porque quería ser parte de este medio por las necesidades del mercado                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 13        | ¿Qué acontecimiento(s) o entorno(s) llevaron a la incursión en medios digitales?                                                                                                                                                             | las necesidades de estar en internet de los anunciantes eso hizo q nacíramos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 14        | Dentro de su estructura organizacional ¿cuenta la Central con un Departamento especializado en Medios Digitales? ¿Cuenta con algún tipo de apoyo externo o compañía a la cual se haya encomendado esta tarea?                                | pues realmente toda la empresa es especializada en internet apoyo de pues de otras personas en el in-house en la creación de formatos de apunta y sitios on-line y apoyo de gente free-lance                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tenemos la administración directa de un Ad-server propio que se llama Artemis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 15        | ¿Utiliza esta Central Medios Digitales para promocionar sus propios servicios? ¿Cuál es la presencia "en línea" propia y de su competencia?                                                                                                  | si nosotros tenemos básicamente nuestros propios medios para darnos a conocer digamos que nos apoyamos en el canal rcn, rcn-radio con sus emisoras y la pagina propia www.e-nnova.com donde se puede observar la historia, servicios entre otros                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 16        | ¿Sus clientes cuentan con presencia "en línea"? De ser así, ¿ha esto sido gracias a la gestión realizada por ustedes, o ha sido a través de otras agencias o de forma directa?                                                               | tenemos de las 2; tenemos campañas que han sido traídas a nosotros y hemos diseñado otras que las ejecutan otras.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 17        | ¿Utilizan ustedes algún medio digital para conocimiento de sus clientes?                                                                                                                                                                     | digamos que en este medio es importante el contacto humano, siempre estar apoyando al cliente por medio del equipo comercial, pues realmente los anunciantes ya nos conocen y ellos son los que nos buscan porque obviamente lo que es canal, lo que es radio todos los anunciantes quieren estar ahí, quieren pautar y quieren estar ahí                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 18        | Teniendo precisamente en cuenta la influencia que los medios digitales tienen actualmente en la decisión de compra, ¿sugieren ustedes en primera instancia la utilización de estos medios a sus clientes y de qué forma?                     | dentro de las propuestas de mercadeo es importante el on-line siempre que hay radio y televisión, el internet debe estar involucrado es muy importante que siempre estemos ahí                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 19        | ¿Qué herramientas o modalidades son utilizadas por ustedes en Medios Digitales?                                                                                                                                                              | tenemos alianzas con la gente de google ya que prestamos ese servicio y alianzas con personas que nos prestar el servidor como e-planning servidor que nos permite mostrar las campañas que los anunciantes piden para los diferentes medios, dentro del portafolio existe la optimización de motores de búsqueda mediante google y redes sociales, el desarrollo de el marketing de afiliación depende de los requerimientos del anunciante todo se hacerla web 2.0 dependiendo del tipo de campaña y el tipo de anunciante lo dirigimos por display, google y redes sociales, se incluyen dentro del portafolio de mercadeo a través de correo electrónicos las bases de datos que son muy aprovechados por nuestros clientes y fuera de este medio manejamos el display tanto el google con el nuestros sitios de red de contenidos y todo lo que es redes sociales | Por ejemplo si queremos generar "visibility" (cuando una marca ha estado quieta por mucho tiempo o un lanzamiento), diseñamos una estrategia para que se vea mucho en la Web el tag que necesitamos impactar. Tenemos estrategias de tráfico, comprando clics o impresiones.                                                                                                                                                                                |

| PREGUNTAS |                                                                                                                                                                                                                 | E-NOOVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ARENA (central de medios Bavaria - Grupo Avast Media)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20        | De las herramientas utilizadas por ustedes dentro de los Medios Digitales, ¿cuál representa más efectividad? ¿Cuál es más rentable?                                                                             | de las mas rentables estamos hablando de redes sociales, es la mas rentable por ser voz a voz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Internet es el medio más medible de todo y por ejemplo ahora se están usando indicadores de tiempo de interacción con los banners y los clics no son tan importantes, pues en un banner rich-media se puede incluir mucha información que puede ser vista sin necesidad de hacer clic en él. Por eso ahora se usan herramientas de medición de interacción como el número de reproducciones, llenadas de formularios etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 21        | ¿Qué métodos de control conoce usted o utiliza para la medición de la efectividad de los canales digitales anteriormente mencionados, en caso de que sea responsabilidad de la Agencia llevar esta estadística? | dentro de la empresa contamos con personas expertas en manejo de herramientas tanto de medición como de seguimiento, en el internet todo es medible y eso es muy importante y con eso es que le llegamos al anunciante y logramos esa venta, y le podemos decir al cliente como se comporta el consumidor en el medio.                                                                                                                                     | Al empezar a planificar utilizamos una herramienta mundialmente conocida que es Comscore, que es como el Ibope de TV. Con Comscore medimos las audiencias lo que nos permite planificar. Para hacer seguimiento de las campañas usamos un ad-server que se llama E-Planning u otro que se llama Smart. Nosotros en el Grupo como tal tenemos un ad-server que se llama Artemis. Éste nos permite hacer seguimiento, ver los post-clics, ver qué hace la gente después de un clic o cuando entra a una página, incluso nos permite medir el ROI si se taggean bien los sitios                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 22        | Específicamente hablando de Redes Sociales, explique para usted qué importancia se está dando a las mismas en la industria publicitaria actualmente y en su caso qué tanto influyen en los negocios             | internet a crecido muy rápidamente en estos años, la parte de las redes sociales lo que es facebook y twitter en Colombia ha tenido gran auge y hay una gran cantidad de usuarios que la utilizan para muchas cosas y el voz a voz es muy importante en Colombia, las redes sociales son influenciadoras                                                                                                                                                   | Hay herramientas en redes sociales que nosotros llamamos Market Voice y sirven para medir el impacto en redes sociales. Miden los comentarios positivos y negativos, el impacto de las marcas, etc. Son herramientas de pago y en el caso de Bavaria no están siendo utilizadas pero se están proponiendo porque ellos tienen canales de Redes Sociales para todas sus marcas. Hay herramientas gratuitas que sirven para medir la popularidad en Twitter como una que se llama Klout. - En Redes Sociales es importante la interacción de la gente con la marca (People Talking about this) más que el número de seguidores. La herramienta de medición de Facebook tiene muy buenas funcionalidades. Si tengo un canal en Redes Sociales tengo que tener a alguien dedicado a responder a tiempo a los comentarios del público. |
| 23        | ¿Cuentan sus clientes con la figura del Community Manager? ¿Realizan ustedes de alguna forma esta tarea por ellos? ¿Quién dentro de la Central maneja lo relacionado con Redes Sociales?                        | claro que dentro de la empresa esta el departamento de redes sociales hay 20 personas y cada una de ellas maneja S cuentas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 24        | ¿Qué estrategias sigue su Central de Medios para mantenerse actualizada en cuanto a las últimas tendencias o innovaciones en la industria?                                                                      | nosotros en este medio estamos siempre en investigación, mirando que es lo nuevo, en el internet siempre se descubre algo nuevo, siempre se esta investigando e incluso nuestra gente que tenemos en otros países siempre mirando que es lo nuevo y estamos siempre a eso a innovación somos eso e-NOOVA "innovación"                                                                                                                                      | Asistimos a capacitaciones que dicta por ejemplo la IAB. Los medios nos capacitan también cuando sacan alguna nueva tecnología. Internamente tenemos también herramientas de capacitación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 25        | ¿Qué ventajas y desventajas encuentra al utilizar herramientas de mercadeo digital en línea en un Plan de Mercadeo? ¿Puede ponerlo en el contexto de sus clientes y/o mercado objetivo?                         | Ventajas las tenemos todas, nuestros anunciantes ya quieren estar en internet es el medio actual, entonces se tienen ventajas porque puedes montar una campaña publicitaria en 1min y bajarla al siguiente minuto en cambio en los otros medios como impresos se demora en corregir en cambio en internet todo se puede corregir, todo es medible. DESVENTAJAS, no se de pronto que cada vez llegan mas herramientas y que se quieren tener todas a la vez | Desventajas pueden ser que como es un medio tan medible, de la misma manera es su desgracia. Hay mucho desconocimiento de las empresas frente al medio y por eso pueden tenerse efectos negativos si no se hacen bien las cosas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 26        | ¿En qué casos es recomendable o no utilizar una estrategia de mercado online?                                                                                                                                   | es recomendada en todo caso porque somos un medio mas ya dentro de la torta publicitaria estamos abarcando un gran numero llevamos el 20%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Aplica para cualquier caso. El problema es que las agencias tradicionales no conocen de la terminología utilizada en mercadeo digital y por lo tanto no se atreven a meterse. Por eso han surgido talentos que se especializan en el tema y ahora se ven planes para medios tradicionales a la par con planes en digital. En unos 5 años los especialistas en digital deberían desaparecer porque los planes deberán estar en capacidad de trabajar todos los medios, tradicionales y digitales. Algunas agencias ya lo hacen así.                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 27        | ¿Considera usted que una estrategia de mercadeo digital debe ir acompañada de una estrategia de mercadeo "tradicional" o viceversa? Explique                                                                    | deben estar las acompañadas las dos y deben ser una sola                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Digital no puede ir sólo. Se necesita mezclarlo con medios tradicionales que impulsen la visita a medios digitales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 28        | ¿De qué forma considera usted que las Centrales de Medios deben afrontar el Boom de los medios digitales (en caso de no haber incursionado propiamente en ellos)?                                               | pues aprovechando ya que los anunciantes grandes ya saben que es internet ya lo utilizan hace mucho tiempo y siempre están ahí, lo importante es llegarle a los clientes y demostrarles que no hay que tenerle miedo a la internet y que es un medio mas no solo la televisión o la radio y los impresos es lo único, internet es un medio alternativo.....                                                                                                | A las agencias tradicionales les quedó grande el tema digital y es por eso que surgen las agencias digitales. Hay agencias creativas digitales que se encargan de los canales de redes sociales por ejemplo, desarrollan los banners, etc. - No todas las agencias de medios tienen una parte digital, sino que suelen tercerizarlo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 29        | Enumere algunas de las principales oportunidades que su negocio puede ver con el uso de medios digitales. Así mismo mencione las amenazas que éstos pueden representar.                                         | OPORTUNIDADES, en este momento esta creciendo la navegación es dispositivos móviles donde puedes hacer compras, pagar tiquetes, pagar servicios ahí las ventajas se tienen todas. AMENAZAS, NO                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 30        | Finalmente, ¿cuál o cuáles considera usted como los mayores retos para los Directores o Gerentes de Mercadeo en la actualidad, basado en lo que hemos venido hablando relacionado con los medios digitales?     | realmente hacerle creer a muchos anunciantes que internet es e medio para estar para pautar , esa es la gran tarea de la gente de mercadeo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Se necesita interacción. Deben darse resultados con los medios digitales con la integración de medios ATL con medios digitales. Entendimiento de los parámetros de medición y la penetración de internet o medios digitales. Muchas veces los gerentes no le creen mucho al medio de Internet y le temen, prefiriendo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|            |                                                                                                                                                                 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo 1 | Proponer un catalogo de uso de las principales aplicaciones y herramientas disponibles para E marketing resaltando utilidades, beneficios y forma de utilizarse |
| Objetivo 2 | Clases de aplicaciones que se deberían utilizar y que hoy se aplican en las estrategias de marketing digital                                                    |
| Objetivo 3 | Describir la funcionalidad de las principales aplicaciones de e marketing en los planes tradicionales de mercadeo                                               |
| Objetivo 4 | Indagar por la forma practica y útil de combinar las herramientas de e marketing en el mundo de mercadeo actual                                                 |

| PREGUNTAS  | E-NNOVVA | ARENA (central de medios Bavaria - Grupo Avast Media) |
|------------|----------|-------------------------------------------------------|
| Objetivo 5 |          |                                                       |

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo: Catalina Dávila Florez

Tipo de documento de identidad: C.C. ☒ T.I. \_\_\_ C.E. \_\_\_ Número: 52.994.770 de Bogotá

Nombre Completo: Vivian Andrea Díaz Pulido

Tipo de documento de identidad: C.C. ☒ T.I. \_\_\_ C.E. \_\_\_ Número: 1.032.384.542 de Bogotá

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de Investigación, denominado:

ELEMENTOS MÍNIMOS QUE DEBE INCLUIR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL. UNA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS ELEMENTOS, CONCEPTOS Y APLICACIONES DISPONIBLES PARA COMPLEMENTAR UN PLAN DE MERCADEO TRADICIONAL (Parte 1)

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI \_\_\_ NO ☒

(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet.
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro.
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios Web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento.
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio:

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en

cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: Catalina Dávila Florez

FIRMA: Catalina Dávila F.

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: CC. 52.994.770 de Bogotá

FACULTAD: Facultad de Postgrados

PROGRAMA ACADÉMICO: Especialización en comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados

NOMBRE COMPLETO: Vivian Andrea Díaz

FIRMA: Andrea Díaz

DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1.032.384.542 de Bogotá

FACULTAD: Facultad de Postgrados

PROGRAMA ACADÉMICO: Especialización en Comportamiento del Consumidor e Investigación de Mercados

Fecha de firma: Quince (15) de Enero de 2013