

Marketing Comunidad

DIFERENTE.

- AGENCIAS
- ANUNCIANTES
- MARKETING DIRECTO
- MARKETING ONLINE
- MISCELÁNEO
- PUBLICIDAD
- TENDENCIAS
- WEB Y TECNOLOGÍA

Estás en: Inicio / Marketing online, Redes sociales / **Marketing (digital) para Pymes, el secreto está en la marca**

Marketing (digital) para Pymes, el secreto está en la marca

17 de Febrero de 2010 por [Marco Cimino](#)
[Marketing online](#), [Redes sociales](#)

801 | 1.0 | 6



En un mercado cada vez más global nos encontramos con cierta facilidad a enfrentarnos a escenarios totalmente nuevos. Como ya se ha comentado más de una vez, resulta bastante habitual competir en los mismos sectores con empresas de distinto tamaño, e incluso cada vez es más normal ver como la “pulga” se lleva “el gato al agua” marcando diferencias con los más poderosos.

Tamaño y recursos no son hoy en día factores que siempre llevan al éxito. Agilidad, velocidad de reacción, proximidad, personalización, especialización, cultura del cliente, capacidad de personalizar el producto o el servicio son actitudes que juegan un papel fundamental en el proceso de decisión de los clientes (además de los elementos emocionales, evidentemente), y a veces posicionan al mismo nivel una gran multinacional y una empresa familiar de tamaño mediano-pequeño, allí compitiendo por la misma oportunidad.

El marketing digital (online, 2.0, internet, redes sociales o social commerce o cualquiera de las variantes y combinaciones posibles) es una interesante oportunidad para las PYMEs, por sus costes asequibles, su enorme potencial y su capacidad de romper con las barreras geográficas, llegando directamente allí donde están nuestros clientes y potenciales clientes.

Aún así, uno de los grandes retos y a la vez una de las mayores dificultades que tienen las empresas pequeñas y/o familiares es definir una estrategia de comunicación y utilizar el marketing online como **estrategia para potenciar la percepción y el posicionamiento de la marca**.

Así como en las empresas “grandes” tienen más o menos asumido en el ADN corporativo que el marketing es un “mal necesario”, en una empresa “familiar” (aunque de tamaño medio) muchas veces la percepción del marketing online se confunde con el poner al descubierto nuestra empresa (nuestros productos, nuestra reputación), entrando así en juego factores más emocionales como la “reputación” de la empresa y/o de la familia, el miedo a descubrir aspectos considerados íntimos, la confusión que a veces hay entre lo personal y lo profesional y el miedo a hacer el ridículo en los círculos más cercanos.

En el mejor de los casos el “necesito un restyling de la web”, “quiero publicar mi catálogo”, “quiero una tienda online” o “este azul no es el que me gusta” es el enfoque más habitual en quienes no acaban de entender que estos son única y exclusivamente las herramientas de algo absolutamente indispensable: “**el Plan**” (qué queremos comunicar, con qué objetivos, cómo lo vamos a hacer y cómo vamos a medir los resultados).

De la misma manera que resulta absolutamente imposible alcanzar un objetivo si previamente no se ha definido (parece obvio, no?), no es posible comunicar y llegar al mercado si antes no hemos definido un plan. La web, las redes sociales, y la imagen corporativa son herramientas para comunicar, no son el plan de marketing digital.

El plan de marketing necesita que hagamos el ejercicio de definir nuestra marca y los atributos que queremos comunicar al mercado, analizar nuestros clientes y potenciales clientes, sus relaciones y posibles relaciones con nuestros productos y/o servicios, y los canales que representan una oportunidad para llegar a nuestro mercado.

Hecho esto, podemos empezar a definir las herramientas (web, newsletter, redes sociales, venta online, blogs, comunidades, etc) y las modalidades que debemos utilizar en cada caso.

Cualquier acción que hagamos y cualquier herramienta que utilicemos en las respectivas modalidades deberá “cuadrarse” previamente con la marca, garantizando en todo momento que el resultado final no desentone con sus atributos.

Solo de esta forma estaremos comunicando de forma coherente con un mensaje robusto y creíble.

... el secreto está en la masa marca! 😊

[post original](#)

- 
- [Comentarios](#)
- 

(1.0)

(1 voto)

Tags asociados [comunicación](#), [estrategia](#), [marca](#), [Marketing online](#), [pymes](#), [redes sociales](#)
Compárte este artículo

117



▶ Retweet

6 comentarios en “Marketing (digital) para Pymes, el secreto está en la marca”

1. Cristian Niño de Guzman 17 de Febrero de 2010 4:09 pm

Estoy muy de acuerdo pero lo principal de lo principal tiene que ser el MENSAJE CLARO Y EFECTIVO porque de ello dependo nuestra campaña en línea (o On-Line) porque tenemos que tener en cuenta la indosincrasia de la gente de diferentes partes...

2. Peter Espinoza 17 de Febrero de 2010 8:16 pm

Muy buen articulo.

Si necesitan que lo anterior se lleve acabo comuníquense con <http://www.reactivo.cl>
Consultora que se conforma con un grupo de talentos orientados a “reactivar” tu Marca e Imagen.

3. Licda. Rosmery Escalante 26 de Febrero de 2010 8:57 pm

Estoy totalmente de acuerdo con su exponencia, aunque que es oportuno puntualizar que despues que las pymes saben hacia donde van deben ser lo suficientemente conscientes, hacia que blanco de publico esta enfocado su negocio, sin importar la dimension de la misma, conocer cuales son sus gustos y preferencias, y crear estrategias a partir de ahi lograr sus metas.

4. Konzeppt 26 de Febrero de 2010 10:56 pm

Es curioso. Los clientes pasan mucho tiempo pensando en los tonos de azul de su logo, para que coincida con el de sus folletos impresos y poco dedicado a la estrategia.

Como Agencia pensaríamos que quieren dedicarle más tiempo al cronograma, la planeación y las estrategias de mercado, pero muchas veces se tratan de empresas que han crecido empíricamente.

Por ello la Agencia no sólo debe de ser de publicidad en Internet, sino una auténtica Consultoría, que se especialice en estos temas y pueda crecer con los clientes y a

5. Konzeppt 26 de Febrero de 2010 10:57 pm

Y a darles a conocer la importancia de reinvertir sus ganancias en nuevas estrategias, para que el Retorno de la Inversión nunca se estanque.

Nuestra Agencia tiene esa filosofía, por lo que invitamos a las pymes a visitar nuestra página:
<http://www.konzeppt.com>

6. Publisearch 10 de Marzo de 2010 7:50 pm

el marketing digital pone a la altura a las pymes para competir en un mercado cada vez más duro y más especializado pero no solo eso permite a la Pyme tener un alto retorno de su inversión a diferencia de otros medios y poder medir con estadísticas en tiempo real.
en <http://www.publisearch.com.mx> es nuestra especialidad

Escribe un comentario

Nombre

E-mail

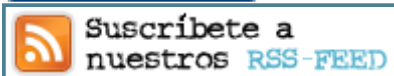
Comentario

Me gustaría ser informado por correo sobre nuevos comentarios.



stop spam.
read books.

Enviar comentario



ARTÍCULOS NUEVOS

- La radio: un medio tradicional, pero con futuro
- ¿Va a morir la televisión?
- Un exceso de egocentrismo
- Tres consejos para captar clientes con poco presupuesto
- LED TV by Samsung: 880.980 razones para invertir en SMO
- Marketing: Coherencia ante todo
- TVE en la encrucijada: la televisión pública ante el reto de emitir sin publicidad
- ¿Qué he hecho yo para merecer que Zapatero y Rajoy quieran ser mis amigos en Facebook?
- ¿Estas pensando en crear tu propio negocio?
- Los 4 puntos clave para que un banner funcione

NOTICIAS EN IMÁGENES



- Vestidos DHL
- "La Publicitat" de Dalí
- A los vendedores de humo digital
- Marketing directo muy agresivo
- Los abdominales de CR9 para Armani

[Ver todas](#)

ARTÍCULOS MÁS VALORADOS

- Publicidad, como un elefante en una cacharrería... - 5.0
- La TVE se quedó sin Publicidad... chau! - 4.9
- La comunicación 2.0 como futuro del periodismo - 4.8
- Social Analytics: métricas para entender la reputación social de tu empresa, marca, producto o personalidad en la red - 4.6
- ¿Va a morir la televisión? - 4.6

ARTÍCULOS MÁS LEÍDOS

- El marketing alternativo desbanca a la publicidad convencional - 4.904
- Bassat no aprende - 4.364
- 12 Tips para mejorar tu facebook page - 3.495
- Mis 10 asunciones de embudo - 2.921
- La merienda de IKEA - 2.777

ARTÍCULO DEL MES

- [Publicidad, como un elefante en una cacharrería...](#) - 5.0

AUTORES TOP 5

- Nacho Carnés
- Carlos Navarro
- Giorgio Fasulo
- María Eugenia Jaimes
- Tristán Elósegui

[Ver Todos](#)

TAGS

Web 2.0 Twitter televisión social media redes sociales **Publicidad** medios marketing marcas
marca internet innovación facebook estrategia Crisis creatividad consumidor comunicación clientes cliente
campañas campaña branding Anunciantes Agencias

TEMAS SUGERIDOS

- Redes sociales
- Marketing infantil y adolescente
- Creatividad sobrevalorada
- Marketing ecológico
- Marketing promocional

FEEDS RSS

[Ver todos](#)
[Proponer un tema](#)

- Agencias
- Anunciantes
- Marketing directo
- Marketing ecológico
- Marketing online
- Misceláneo
- Noticias en Imágenes
- Publicidad
- Sin categoría
- Temas sugeridos
- Tendencias
- Web y Tecnología

[Últimos artículos](#)

BUSCADOR

[VISITAR ARCHIVO](#)

ENTRADA

Usuario:

Contraseña:

[¿Olvidó su contraseña?](#)

HAZTE REPORTERO

[Preguntas frecuentes](#)

MARKETING COMUNIDAD

- Proyecto
- Manual del reportero
- Moderadores
- Soporte
- Recomendar Marketing Comunidad
- Créditos & Contacto
- Condiciones de participación
- Plugins y Widgets
- Partners
- Código de prensa

OTROS BLOGS

Otros blogs

- +Joan Jiménez
- Advertising Wreckage
- Arteting
- Blog de Anuncios
- Blog de Lluís Lleida
- Blog de Miguel Galve
- Boca de Riesgo
- BriefBlog
- Casos de Marketing
- Cerkti
- CreAds
- Currehistorias del cutremarketing
- El blog de Enrique Burgos
- El blog de Enrique Dans
- El Programa de la Publicidad
- En busca de la fidelidad
- Idea creativa
- Ideas de ida y vuelta
- Ideas para tener ideas
- Javier Godoy
- La historia de la publicidad
- La Revolución Creativa
- Markarina
- Marketing Alternativo
- Marketing Bar
- Marketing to take away!

- Marketing Weblog
- Miguel del Fresno
- Mira lo que veo
- MPG Comunidad
- Nacho Carnes, Ideas de Marketing
- OT Copy
- Pasión por el marketing
- Publiteca
- Tristán Elósegui

•

[Proponer un blog](#)

ACTUALIDAD DE MARKETING

- Facebook redirige el tráfico hacia los sitios de las televisiones
- Las marcas blancas salvan a las grandes marcas
- El uso de internet móvil creció en 2009
- Prohíben un anuncio de easyjet contra ryanair en el reino unido
- El mundo presenta orbyt: una nueva forma de entender el periódico

2008 © Ediciones Marketing y Publicidad S.L.
Dirección: Guzmán el Bueno, 21 - 1º Izqda. 28015 - Madrid - España
Tel.: (+34) 914550554 | Fax: (+34) 915447063