¿Marketing Digital, moda o realidad?

Por **CLAUDIO HEILBORN.** CEO de MD Marketing Digital / www.mdmarketingdigital.com

Mi primer contacto con el Marketing Digital fue tan exitoso que me llevó a formar MD Marketing Digital. Quiero compartir mi experiencia con ustedes, puesto que vi que podía vender 10 veces por una cuarta parte de lo que estaba pagando en publicidad tradicional.

Año 2008. En ese entonces era Socio y Director Comercial de un fideicomiso inmobiliario en la costa. Había que vender 130 lotes y teníamos el tiempo contado puesto que no estábamos cumpliendo con los objetivos de ventas. En emprendimientos de este tipo, el riesgo es que el fideicomiso no se cierre. Teníamos que hacer algo y no podía ser más de lo mismo.

Estábamos invirtiendo $40.000 en pautas en diarios y teníamos aproximadamente 40 contactos mensuales. La tasa de conversión en ventas era del 5%, es decir que teníamos cerca de 2 ventas mensuales. Eso quiere decir que nuestro costo por venta era de $20.000. Un número que hacía inviable el proyecto.

En ese momento Victor Viera, mi actual socio, quién estaba trabajando en el área de IT, se acercó con una idea revolucionaria "¿Y si hacemos avisos en Adwords?" En el 2008 hacer Adwords era una novedad en Argentina. Mi sorpresa era tan grande como mi descreimiento en la estrategia, pero decidimos hacer una prueba.

Aún recuerdo el aviso: "¿Soñaste una Casa de Mar?". Destinamos una pequeña partida de $2.000. La sorpresa fue mayúscula cuando los $2.000 se transformaron, un mes después, en 40 contactos, logrando el mismo resultado que en medios tradicionales invirtiendo ¡20 veces menos!

El resultado final no se hizo esperar. Suspendimos las pautas existentes y destinamos una cuarta parte del presupuesto total a Google AdWords, obteniendo 5 veces más ventas ¡Con una cuarta parte de la inversión!

A partir de ahí, el equipo comercial se convirtió en un equipo digital. La estrategia creció hasta límites, en ese entonces, desconocidos. Redes sociales, banners y mediciones de retorno de la inversión. Ese fue el germen de lo que hoy es MD.

MD marketing digital
mdmarketingdigital.com

Pero con el correr de los años fui descubriendo que éste nuevo mundo digital tiene mucho más para darnos. Les cuento que el **Marketing Digital** es la aplicación de estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. Aparecen nuevas características como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de las estrategias empleadas.

Con las redes sociales nace la posibilidad de compartir información fácilmente, puesto que permiten el intercambio instantáneo de piezas como videos, fotos, gráficas, etc. Se comienza a usar Internet, no sólo como medio para buscar información, sino como comunidad dónde hay relaciones y feedback con los usuarios de diferentes partes del mundo. Los usuarios pueden hablar de la marca libremente. Ellos tienen un peligroso poder que antes sólo se le permitía a los medios: La opinión.

Las técnicas de comercialización deben entonces cambiar su paradigma. Si antes los distribuidores, los medios, y los productores eran los que tenían el poder de opinión, ahora el foco debe cambiar al usuario. El cliente busca aquello que quiere en los buscadores (Google, Yahoo, Bing, etc.), formándose una imagen del producto y encontrando las experiencias de otros usuarios con los que interactúa.

La estrategia digital debe estar donde el target interactúe, buscando influir opiniones, mejorando los resultados de los motores de búsqueda y analizando la información que éstos medios provean para optimizar el rendimiento de las acciones tomadas. El marketing digital es el conjunto de diseño, creatividad, rentabilidad y análisis buscando siempre un mejor ROI.

Como vemos, el mundo evolucionó. ¿Cuánto vas esperar para que tu empresa evolucione?