

Ponencia Dir. José Martín Morillo: Comunicación Integral de Marketing

Comunicación Integral de Marketing, mejor conocida como *CIM*, acuña dicho término a modo de integrar las áreas de comunicación para alcanzar objetivos específicos. Por medio de esta integración, se busca posicionar y otorgarle valor a las empresas a través de un mensaje que sea decodificable por el *target* al cual se dirige, es decir, comunicar un mensaje relevante y pertinente con un lenguaje que los consumidores puedan interpretar.

A respuesta de la demanda de contenidos llamativos, interesantes y relevantes para los consumidores, la comunicación ha evolucionado de ser invasiva, intrusiva y egocéntrica a una más bien activa, donde el consumidor es quien genera el contenido y encuentra nuestros mensajes. Dicho encuentro es debido a la anticipación de contenidos que sabemos que llamarán la atención de nuestro público y que logran *atraer, convertir, cerrar y enamorar*. Al conectar con estos, logramos convertirlos de *buyers* a *shoppers*. Estas estrategias, son los fundamentos del *Inbound Marketing*.

El *Inbound Marketing* es una tendencia en el mercadeo utilizada para llamar la atención de los usuarios y hacer que éstos sean quienes encuentren las marcas por medio de contenidos relevantes, utilizando el *Social Media Marketing, SMM*, y el *Search Engine Optimization, SEO*. Dado esto, las marcas sustentan sus planes de negocios con una estrategia enfocada en el *POEm (Paid, Owned, Earned Media)*. Entre los medios *paid* están el *Search Engine Marketing*, RRSS y los medios masivos de comunicación; los medios *owned* son aquellos propios de la empresa entre ellos la página web oficial de la marca y sus propias RRSS, blogs, entre otros; los medios *earned* o ganados son los que se generan a través de la conversión de *leads*, medios sociales y *Search Engine Optimization*.

Existen diversos estilos de ejecución en la comunicación y previo a su elección, es imprescindible pasar por el *Proceso de Creación Publicitaria* en el cual se definen las *5W's (What, How, Who, When, Where, Why or What for)* a modo de tener una información holística sobre qué decir, a quién decir, cómo decir, cuándo decir, por qué decir y para qué decir en la comunicación. Tras definir los propósitos comunicacionales, es necesario desarrollar un plan en el que las marcas delimiten: su entorno general, entorno competitivo, objetivo general, objetivos específicos, target, estrategias, tácticas, presupuesto, cronograma de actividades y las *KPI's* (indicadores de eficiencia).

Las nuevas tendencias mercadológicas y comunicacionales establecen la importancia de personalizar: "*Conozca a su consumidor, personalícelo*". En un mundo en el que 10% es oxígeno y 90% es publicidad, las marcas requieren de mayores esfuerzos para destacar entre medios tan saturados y un mercado que cada vez se vuelve más competitivo. El convencimiento por parte los usuarios se logra por medio de una comunicación personalizada, que utilice su mismo idioma y que tengan las mismas preferencias. No hay nada más poderoso que una comunicación que responda tus preguntas y que presente lo que buscas justo y cuando lo necesites. Es por esto que las marcas tienen el deber de conocer al detalle a su *target*. A través de la personalización, llamamos la atención, despertamos interés, generamos deseo y por último, logramos la acción de compra por parte de los consumidores. Sin embargo, no se puede olvidar que, más allá de conocerlos, "*La pasión nos hace llegar a nuestros públicos*".



Instagram



mercadexpo Nuestro Director de Mercadeo, José Martín Morillo, es el facilitador del Módulo de Comunicación Integral de Marketing del Diplomado en Estrategias de Marketing en el Centro de Capacitación de Claro. En el mismo, destacando las tendencias actuales de la comunicación, habló sobre la importancia de conectar con nuestro público para así convertir nuestros usuarios en shoppers. Más allá de conocerlos, "La pasión nos hace llegar a nuestros públicos". @unibeonline

63 Me gusta

HACE 6 DÍAS

Agrega un comentario...

Facebook



Nuestro Director de Mercadeo, José Martín Morillo, es el facilitador del Módulo de Comunicación Integral de Marketing del Diplomado en Estrategias de Marketing en el Centro de Capacitación de Claro. En el mismo, destacando las tendencias actuales de la comunicación, habló sobre la importancia de conectar con nuestro público para así convertir nuestros usuarios en shoppers. Más allá de conocerlos, "La pasión nos hace llegar a nuestros públicos". Universidad Iberoamericana (UNIBE)

Etiquetar foto Etiquetar productos
 Agregar ubicación Editar

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

Twitter



Mercadexpo

@Mercadexpo



Nuestro Director de Mercadeo, José Martín Morillo, es el facilitador del Módulo de Comunicación...

[instagram.com/p/BZjMJ_PgHHk/](https://www.instagram.com/p/BZjMJ_PgHHk/)

Translate from Spanish

8:40 AM - 27 Sep 2017



Tweet your reply