



Solmicro MKR en los Medios

Enero 2011 - Septiembre 2011

6 de Abril de 2011 | Tiempo de lectura: 4 minutos

Marketing Online: Lograr una estrategia de marketing online exitosa no implica necesariamente una gran inversión económica.

MARKETING ONLINE: MAYOR EFICACIA CON MENOR INVERSIÓN

Eficacia, profesionalidad, líneas de acción coordinadas, implantación de nuevas tecnologías e integración de todo en los sistemas de gestión integral ERP-CRM, al servicio de las Pymes de forma asequible.

Marketing Online: menor coste y mayores resultados

Marketing Online, e-mail **marketing**, comercio electrónico, **marketing** one to one... El **marketing** ha evolucionado en los últimos años para ofrecer a la empresa numerosas oportunidades de llegar a sus clientes. Pero, ¿cómo elegir la fórmula más adecuada en cada momento? ¿Cómo integrar las distintas líneas de acción? ¿Jugar bien estas cartas es algo sólo al alcance de las empresas capaces de hacer grandes inversiones? Sin duda, en un primer momento, el gran abanico de herramientas de **marketing** podría llevar a pensar en grandes costes, en la necesidad de disponer de un departamento de **marketing** propio o de personal cualificado muy especializado. Pero no necesariamente es así.

La evolución tanto en las tendencias de consumo por parte del mercado, como en las líneas de acción de marketing de los anunciantes, ha hecho surgir el **Marketing Online**, dirigido especialmente a pequeñas y medianas empresas y a microempresas. El **Marketing Online** permite a las Pymes competir con grandes compañías en igualdad de condiciones, midiéndose por su eficacia, su estrategia y la calidad de sus productos más que por su tamaño y su capacidad de gasto.

El **Marketing Online** es un concepto ya implantado en nuestra cultura y en nuestro día a día. La experiencia nos demuestra que un menor coste no tiene por qué implicar una menor calidad. Una menor inversión, por el contrario, puede ser, especialmente en el **marketing**, un sinónimo de eficacia, de saber seleccionar nuestros objetivos y los medios para conseguirlos y ahorrar en coste, rentabilizando al máximo los recursos.

Marketing Online: un mundo de posibilidades para las Pymes

El [Marketing Online](#) presta numerosas e interesantes ventajas al tejido empresarial y, especialmente a las Pymes, de llegar a sus clientes y contactar con ellos. Los datos avalan la importancia de estar y formar parte activa de Internet, ya que en la red ya están presentes 25 millones de usuarios en España, de los que casi la mitad, cerca de 10 millones, ya son compradores **online**.

El protagonismo que tiene Internet en nuestras vidas es indudable. El mundo está conectado a

la red y cada vez son más las operaciones que realizamos en ella: la adquisición de productos, la contratación y gestión de servicios y sobre todo, las consultas comparando precios, prestaciones, opciones, etcétera. Internet es la principal fuente de información aunque luego decidamos comprar en un comercio tradicional.

Por este motivo, es importante que las empresas se integren en ese escaparate universal por el que pasean clientes y consumidores. Pero tan imprescindible es estar en la red como que una web se encuentre bien posicionada, es decir, que aparezca en los primeros puestos de los buscadores para que sus potenciales clientes la encuentren. La importancia del posicionamiento es evidente si tenemos en cuenta que en España el 95% de los internautas usa Google o que el 36% de los usuarios cambia su decisión de compra una vez que ha visitado distintas páginas web.

Algunas empresas piensan, de forma errónea, que contar con una web es suficiente para tener presencia en la red. Sin embargo, no son conscientes de los múltiples obstáculos que pueden convertir esta potente herramienta en algo absolutamente ineficaz. En muchos casos, el mantenimiento y actualización de la página depende de proveedores externos lo que lleva a que la web acabe “abandonada” y ofrezca información desfasada. Para que una web sea útil debe estar al día, incluir novedades, presentarse ante sus visitantes de forma dinámica, dando la posibilidad de interactuar y contando con un buen posicionamiento en buscadores. De no ser así, la página sólo generará desconfianza o, simplemente, será invisible entre las millones de webs que compiten por captar la atención de nuevos visitantes.

Marketing Online. La promoción más eficiente al menor coste.

El **marketing** digital implica agilidad y actualización. Contar con un gestor de contenidos para no depender de un servicio externo, abrir una tienda **online**, mejorar los canales de comunicación con los clientes, potenciar una marca a través del **marketing online** y disponer de una web eficaz, usable y útil para los usuarios son algunas de las ventajas que ofrece la red y que la empresa debe saber aprovechar.

Solmicro MKR, Marketing Online de Resultados, incide de forma especial en el **marketing** digital por su versatilidad, su capacidad de segmentación del público objetivo y sus amplias posibilidades de medición de resultados y optimización de estrategias, así como por el bajo presupuesto inicial que requiere. Pero, como hemos visto, va más allá, y pone a disposición de las Pymes todas las estrategias y acciones de promoción y comercialización existentes para lograr la mayor eficacia con una mínima inversión, y lo más importante, lo integra todo en los sistemas de gestión integral ERP-CRM de la empresa. En definitiva, pone resultados al alcance de las Pymes.

Joseba Fínez, Director de *Solmicro MKR, Marketing Online de Resultados*.

<http://www.noticias.info/2011-04-06/news-164583-source-167-marketing-online-mayor-eficacia-con-menor-inversion>

Notas de Prensa

El primer blog de notas de prensa y comunicados de prensa

[Marketing Online: Mayor eficacia con menor inversión](#)

Categorías: [Internet](#), [Marketing](#) | Publicado el 06-04-2011



[Marketing Online](#)

[Marketing Online](#), e-mail [marketing](#), [comercio](#) electrónico, [marketing](#) one to one... El [marketing](#) ha evolucionado en los últimos años para ofrecer a la [empresa](#) numerosas oportunidades de llegar a sus [clientes](#). Pero, ¿cómo elegir la fórmula más adecuada en cada momento? ¿Cómo integrar las distintas líneas de acción? ¿Jugar bien estas cartas es algo sólo al alcance de las [empresas](#) capaces de hacer grandes inversiones? Sin duda, en un primer momento, el gran abanico de herramientas de [marketing](#) podría llevar a pensar en grandes costes, en la necesidad de disponer de un departamento de [marketing](#) propio o de personal cualificado muy especializado. Pero no necesariamente es así.

La evolución tanto en las [tendencias](#) de consumo por parte del mercado, como en las líneas de acción de [marketing](#) de los anunciantes, ha hecho surgir el [Marketing Online](#), dirigido especialmente a pequeñas y medianas [empresas](#) y a microempresas. El [Marketing Online](#) permite a las [Pymes](#) competir con grandes compañías en igualdad de condiciones, midiéndose por su eficacia, su [estrategia](#) y la [calidad](#) de sus [productos](#) más que por su tamaño y su capacidad de gasto.

El [Marketing Online](#) es un concepto ya implantado en nuestra [cultura](#) y en nuestro día a día. La experiencia nos demuestra que un menor coste no tiene por qué implicar una menor [calidad](#). Una menor [inversión](#), por el contrario, puede ser, especialmente en el [marketing](#), un sinónimo de eficacia, de saber seleccionar nuestros objetivos y los medios para conseguirlos y ahorrar en coste, rentabilizando al máximo los recursos.

[Marketing Online: un mundo de posibilidades para las Pymes](#)

El [Marketing Online](#) presta numerosas e interesantes ventajas al tejido empresarial y, especialmente a las [Pymes](#), de llegar a sus [clientes](#) y contactar con ellos. Los [datos](#) avalan la importancia de estar y formar parte activa de [Internet](#), ya que en la [red](#) ya están presentes 25 millones de usuarios en [España](#), de los que casi la mitad, cerca de 10 millones, ya son compradores [online](#).

El protagonismo que tiene [Internet](#) en nuestras vidas es indudable. El mundo está conectado a la [red](#) y cada vez son más las operaciones que realizamos en ella: la adquisición de [productos](#), la contratación y [gestión](#) de [servicios](#) y sobre todo, las consultas comparando [precios](#), prestaciones, opciones, etcétera. [Internet](#) es la principal fuente de [información](#) aunque luego decidamos comprar en un [comercio](#) tradicional.

Por este motivo, es importante que las [empresas](#) se integren en ese escaparate universal por el que pasean [clientes](#) y consumidores. Pero tan imprescindible es estar en la [red](#) como que una [web](#) se encuentre bien posicionada, es decir, que aparezca en los primeros puestos de los [buscadores](#) para que sus potenciales [clientes](#) la encuentren. La importancia del [posicionamiento](#) es evidente si tenemos en cuenta que en [España](#) el 95% de los internautas usa [Google](#) o que el 36% de los usuarios cambia su decisión de [compra](#) una vez que ha visitado distintas páginas [web](#).

Algunas [empresas](#) piensan, de forma errónea, que contar con una [web](#) es suficiente para tener presencia en la [red](#). Sin embargo, no son conscientes de los múltiples obstáculos que pueden convertir esta potente herramienta en algo absolutamente ineficaz. En muchos casos, el mantenimiento y actualización de la página depende de proveedores externos lo que lleva a que la [web](#) acabe “abandonada” y ofrezca [información](#) desfasada. Para que una [web](#) sea útil debe estar al día, incluir novedades, presentarse ante sus visitantes de forma dinámica, dando la posibilidad de interactuar y contando con un buen [posicionamiento](#) en [buscadores](#). De no ser así, la página sólo generará desconfianza o, simplemente, será invisible entre las millones de webs que compiten por captar la atención de nuevos visitantes.

Marketing Online. La promoción más eficiente al menor coste.

El [marketing digital](#) implica agilidad y actualización. Contar con un gestor de contenidos para no depender de un servicio externo, abrir una [tienda online](#), mejorar los canales de comunicación con los [clientes](#), potenciar una [marca](#) a través del [marketing online](#) y disponer de una [web](#) eficaz, usable y útil para los usuarios son algunas de las ventajas que ofrece la [red](#) y que la [empresa](#) debe saber aprovechar.

Solmicro MKR, [Marketing Online](#) de [Resultados](#), incide de forma especial en el [marketing digital](#) por su versatilidad, su capacidad de segmentación del público objetivo y sus amplias posibilidades de medición de [resultados](#) y optimización de estrategias, así como por el bajo presupuesto inicial que requiere. Pero, como hemos visto, va más allá, y pone a disposición de las [Pymes](#) todas las estrategias y acciones de promoción y comercialización existentes para lograr la mayor eficacia con una mínima [inversión](#), y lo más importante, lo integra todo en los sistemas de [gestión](#) integral [ERP-CRM](#) de la [empresa](#). En definitiva, pone [resultados](#) al alcance de las [Pymes](#).

Joseba Fínez, [Director](#) de *Solmicro MKR, [Marketing Online](#) de [Resultados](#)*.

<http://www.notasdeprensa.es/marketing-online-mayor-eficacia-con-menor-inversion/>



[El Marketing como herramienta dinamizadora de las ventas](#)

Posted in [Internet](#), [Marketing](#) by sagabon

El [marketing](#) ha adquirido una mayor dimensión en los últimos tiempos al ser una herramienta que determina, en gran medida, la evolución de las ventas. La inversión en marketing crea nuevas posibilidades de negocio e identifica a potenciales clientes, de modo que es capaz de convertir una situación difícil en una oportunidad. En los actuales tiempos, el marketing interactivo es el más rentable de todos, puesto que las campañas online se adaptan a cualquier tamaño de empresa al ser mucho más económicas.

El marketing también debe adaptarse

La crisis económica acaecida en los últimos tiempos ha modificado los comportamientos de consumo, además de impulsar una acentuada caída de la actividad comercial, una situación ante la que el marketing empresarial adquiere una mayor dimensión que la presentada hasta ahora. Y es que, dada la actual coyuntura, el marketing ofrece una solución a las necesidades, obstáculos y los problemas a los que pueda enfrentarse una empresa, ya que se trata de convertir una situación difícil en una oportunidad.

Hasta la fecha, el marketing empresarial es concebido como un conjunto de normas y técnicas orientadas a dinamizar las ventas mediante la incorporación de técnicas, estrategias y planificaciones. Se trata de una disciplina en la que juega un papel primordial una gran variedad de elementos, que abarcan desde el tipo de producción hasta la comunicación y la publicidad que realiza la empresa para comercializar un determinado producto. Unas variables que determinarán la evolución de las ventas, así como la identificación de potenciales clientes, puesto que ayudan a mejorar el producto, a optimizar la gestión mediante el lanzamiento de una marca comercial, la potenciación de la imagen corporativa o la difusión de campañas promocionales.

Sin embargo, es hoy en día cuando el marketing ha de adaptarse más que nunca a las necesidades del cliente. Y para ello es necesario continuar invirtiendo en esta área con el fin de detectar esas posibilidades de negocio, estudiando en qué productos, qué

menajes y cuáles han de ser los medios por los que se ha de apostar, etc. Ello posibilitará la captación de nuevos clientes, además de ayudar a la empresa a posicionarse mejor en la mente del consumidor y aprovechar las nuevas oportunidades de negocio.

En la época por la que atravesamos, las oportunidades pueden estar encaminadas a los proveedores de mayor confianza y a aquellos clientes a los que nunca hemos conseguido acceder. Para ello, la fuerza de ventas debe tener un especial protagonismo, reforzando así la relación empresa-cliente.

Marketing online

Las acciones que se pueden llevar a cabo para reforzar las ventas pueden ser campañas de marketing directo, de telemarketing, email-marketing o marketing online. Precisamente, estas últimas posibilidades han sido gracias a la contribución de Internet al mundo empresarial, hasta el punto de motivar una transformación del marketing tradicional con la introducción de nuevas herramientas de marketing y todas las ventajas que éstas comportan. Además, y dado los delicados tiempos, es probablemente el más rentable de todos, ya que el marketing online se adaptan a cualquier tamaño de empresa al ser mucho más económicas.

Uno de los primeros beneficios es el aumento de las ventas, ya que el marketing online sirve para mejorar el mercado potencial de ventas e incluso en los casos donde las transacciones se realicen mediante los métodos tradicionales. Al mismo tiempo, optimiza el servicio al cliente en todas las etapas del proceso de compra y eleva la comunicación con él. Sólo una página web constituye ya un canal de comunicación para mejorar el reconocimiento de marca, informar sobre nuevos productos y llegar a potenciales clientes.

Las herramientas a utilizar en marketing online son muchas y variadas, siendo las más relevantes los buscadores y portales temáticos para posicionar el producto, banners y mailing electrónico. El concepto de Web 2.0 también ha creado nuevas formas de acercarse al cliente mediante blogs, weblogs y foros.

Acerca de los servicios integrales de marketing en internet de Solmicro MKR

Solmicro MKR, [Marketing de Resultados](#), es una empresa que ofrece servicios integrales de Marketing que ayudan a las pymes a tomar medidas y pasar a la acción frente a una situación económica adversa. Entre los beneficios que pueden reportar a las pymes estos nuevos servicios de marketing integral destacan la mejora en su estructura relacional con sus clientes y en la atención que se les presta; el fortalecimiento del sistema de ventas, gracias a la información comercial; la medición del comportamiento del cliente y la puesta en valor de las ventajas diferenciales que aporta la empresa.

<http://www.notas-online.com/el-marketing-como-herramienta-dinamizadora-de-las-ventas/>