**5 tips para que despegue tu estrategia de marketing digital**

El siglo XXI es una época definida por lo digital. La aceleración e importancia de las plataformas sociales han generado una era más competitiva donde los negocios y las industrias necesitan cada vez más de las redes sociales, los canales de venta digital y los medios tecnológicos para mantenerse vigentes, seguir creciendo y formar relaciones más cercanas y directas con sus bases de clientes. Entonces, ¿cómo implementar el mejor plan digital y estar por encima de la dura competencia actual?

Para resolver esta duda, **Steffy Hochstein, Digital Media Manager en** [***another***](https://another.co/?utm_source=PR&utm_medium=Comunicado&utm_campaign=EstrategiaDigital_Chile)tiene varios ejemplos de cómo las estrategias de marketing digital han impulsado eficazmente el crecimiento de miles de empresas en el mercado. *“Pero también importa mucho que estas se hayan acoplado eficientemente al cliente moderno, a las nuevas tendencias y a las estrategias disruptivas de venta”*, resalta Hochstein.

El mundo del marketing es dinámico y cambiante: las tendencias, modelos y tácticas nunca son definitivas, por eso es importante que cualquier marca o empresa esté actualizada con los nuevos desarrollos del sector. Pero, ¿cómo se puede tener la certeza de que se está al tanto de todos estos cambios? Prácticas como SEO, marketing de contenidos (o *content marketing)*, uso de videos, *email marketing* y la generación de *leads* son algunas de las piezas que forman una estrategia completa y efectiva que ayudará a conectar mejor con los clientes, llegar al público objetivo y aumentar las conversiones.

Con este contexto, [***another***](https://another.co/?utm_source=PR&utm_medium=Comunicado&utm_campaign=EstrategiaDigital_Chile), agencia regional de comunicación estratégica, comparte una serie de consejos para fortalecer un plan de marketing digital, desde la planeación hasta la implementación.

* **CONOCER A TU AUDIENCIA:** Es importante saber a qué público se le está hablando. La idea de tener una estrategia digital es hacer publicidad menos invasiva. Si se entienden las necesidades de la marca y a quienes se quiere hablar, se tendrá un público más reducido, pero que tiene interés en el producto y marca.
* **DEFINIR CLARAMENTE LOS KPI (Key Performance Indicators):** *“Muchas empresas no tienen bien definidos los objetivos que quieren lograr. Para implementar la mejor estrategia de marketing digital, es necesario empezar definiendo los indicadores de éxito, ya sea generar ventas, aumentar tráfico, crear awareness y engagement, etc*”, comenta Steffy. Se deben seleccionar las mejores métricas para evaluar el crecimiento y resultados que se están proponiendo alcanzar, con el objetivo de implementar y optimizar campañas de una manera más eficaz.
* **SEGUIR LAS TENDENCIAS:** Para que una estrategia se mantenga vigente y nuestra audiencia esté constantemente interesada, es importante mantenerse actualizados frente a las nuevas tendencias del mercado, tomando en cuenta que constantemente salen nuevos productos que pueden resultar interesantes al momento de implementar una estrategia, u otras maneras de segmentar, productos y formatos innovadores que, de acuerdo a los objetivos que queramos lograr, se pueden implementar.
* **DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA SEO:** Actualmente, para lograr un buen posicionamiento es necesario asegurarnos de tener un sitio web optimizado correctamente, lo que se logra a través de estrategias SEO que ayudan a entender el comportamiento orgánico del sitio y dan una idea de cómo se puede mejorarlo, para mantenerse constantemente en el *top of mind* de la audiencia.
* **EL PODER DEL INBOUND MARKETING:** Las estrategias *inbound* permiten atraer nuevos clientes, mantenerlos informados y crear fidelidad, siempre de una forma amigable. Conociendo a la audiencia se podrá cada vez más afinarla y llevarla a que se convierta en clientes leales.

Entender y aplicar estos consejos, sin duda, darán ese *push* para tener un plan digital más competitivo en un entorno donde la participación de las marcas es cada vez mayor y donde, básicamente, cualquier persona puede entrar sólo con tener internet y un dispositivo móvil conectado.