

5 claves para un buen marketing online en 2014, según Avaya

El **marketing online** es clave para conseguir buenos resultados y la atracción de los clientes. Avaya, una empresa experta en esto y ubicada en Latinoamérica ha lanzado unos cuantos consejos para que las empresas de la región se aprovechen al máximo de las ventajas del marketing online.



De acuerdo con **Roberto Ricossa, vicepresidente de marketing de las Américas de Avaya**, “la irrupción de Internet en nuestras vidas trajo consigo nuevos hábitos, nuevas formas de acceder a la información (y de compartirla) y una vasta oferta de entretenimiento en múltiples formas. En consecuencia, las **marcas comprendieron rápidamente que debían desembarcar en el mundo digital** para seducir a la creciente mayoría de consumidores conectados”.

Los cinco consejos más importantes a tener en cuenta, según Avaya, son:

1. Social media, para lo que hay que tener en cuenta, según Avaya que “hay vida más allá de Facebook y Twitter”. Por ello, no hay que olvidar la popularidad adquirida por **Instagram, Tumblr y Pinterest** es un indicador a tener en cuenta.
2. **“Más contenidos, más segmentación”**, esto quiere decir, de acuerdo con Roberto Ricossa que “muchos usuarios ya empiezan a huir de algunos de los formatos tradicionales de la publicidad. Sea porque tienen poco tiempo o porque no quieren ver interrumpido su video favorito por la inserción de un anuncio”. Hay un reciente estudio del Content Marketing Institute que señala que los contenidos en redes sociales, los casos de estudio y los artículos en sitios web de negocios lideran la estrategia en este campo. En todos los casos, la clave es producir contenidos especialmente pensados para públicos específicos.
3. Crear **contenidos específicos para smartphones y tablets**. Dice el estudio de Avaya que las conexiones desde dispositivos móviles están incrementándose a un ritmo exponencial, por lo que **no se trata de una cuestión técnica sino de repensar al usuario de dispositivos móviles**.
4. Gestionar la reputación online. Explica el experto en marketing online que “ser parte de la era digital implica que no sólo las compañías pueden hacer oír sus mensajes en la web. Desde que los blogs y las redes sociales se abrió **un canal de opinión para que las personas pudieran expresarse sin censura**, las marcas comprobaron que no todo lo que se dice de ellas es realmente positivo.
5. **Medir mejor: métricas más consolidadas**. Explican desde Avaya que si hay algo que los especialistas en marketing online valoran, es la posibilidad de medir el impacto de sus acciones, incluso en tiempo real. Las visitas a una página, los “likes” en Facebook o la cantidad de tweets vinculados a una determinada marca o producto pueden ser datos fundamentales a la hora de interpretar los resultados de una campaña.