

«Las pymes tienen una herramienta fundamental en el Marketing Online»

- ▶ Alfredo Hernández-Díaz, especialista en posicionamiento y analítica web, destaca como las empresas granadinas pueden sobrevivir a la crisis gracias a las nuevas tecnologías



ABC

Alfredo Hernández-Díaz, experto en posicionamiento y analítica web

¿Internet puede ayudar a las pequeñas y medianas empresas a salir de la crisis? ¿Es el Marketing Online una herramienta útil para el desarrollo económico empresarial? Así lo piensa **Alfredo Hernández-Díaz, un especialista en posicionamiento y analítica web** que considera que «el Marketing en Internet es fundamental para la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas».

Para este joven, que ha enfocado su carrera profesional al mundo de las nuevas tecnologías, las PYMES son las que mayor rentabilidad le pueden sacar al Marketing Digital, «**con una buena estrategia, puede ser una herramienta estupenda para aumentar el número de clientes**, y por lo tanto, la rentabilidad económica del negocio, que al fin y al cabo es de lo que se trata».

Alfredo inició su andadura en esto del Marketing digital a partir del año 2008, a través de un proyecto personal, una vez que vio las posibilidades de desarrollo de Internet. «**Era el momento de emprender**, y me di cuenta de que una de las grandes carencias que tenían las empresas era el desarrollo de estrategias de Marketing en Internet». Explica que las empresas saben lo que es Internet, tienen su sitio web, correo corporativo, «**pero no desarrollan las estrategias adecuadas**, y eso es porque no saben que uso les tienen que dar, o no saben tomar decisiones sobre los resultados de sus acciones».

Hay pequeñas y medianas empresas que no suelen desarrollar estrategias de posicionamiento, publicidad en Internet, o no aprovechan bien las Redes Sociales. «**A diario me encuentro con negocios que tienen sus Redes Sociales dadas de alta, pero no generan ningún tipo de contenidos o actividad**. Muchos no saben ni para qué las tienen», asegura este consultor digital, que sinceramente explica que «no hay que estar en todos los lugares ni hacerlo todo. Siempre es necesario estudiar cada caso en particular, y aplicar lo más conveniente para él».

En estos tiempos de crisis **lo importante para las empresas es conseguir clientes con los que mejorar su situación económica**. «El Marketing online juega un papel fundamental en este sentido», asegura Hernández, «porque ayuda a fidelizar clientes que aumentan la contratación de servicios y compra de productos». Para ello existen **una serie de herramientas** que al comercio tradicional le pueden ser muy útiles: la geolocalización social, la venta online o las redes sociales para la comunicación.

Sin embargo, los empresarios deben tener en cuenta que «**hay que pensar a medio y largo plazo** para ver la rentabilidad de las acciones llevadas a cabo. Es importante mantener la línea de trabajo». También reconoce que cuando los dueños de una empresa, o sus directores,

llaman a un experto en Marketing Digital ya están demostrando cierto interés, así que el siguiente logro es «**implicarlos en el proceso, partiendo de una formación a los empleados para que sientan que forman parte activa de un proyecto nuevo**».

Actualmente **hay tendencias que van a venir de forma inmediata y que se están desarrollando en otros países:**

La realidad aumentada, es decir, Marketing de contenidos de calidad, pero que enamore, que atraiga al consumidor, es el Marketing Emocional a través de Internet.

El **Comercio Electrónico** con ofertas personalizables, como por ejemplo, la creación de cupones móviles, y el comportamiento e interacción social, es decir, adaptarlo a los nuevos dispositivos, facilitando que cada empresa desarrolle sus propias aplicaciones.

La **integración entre lo offline y lo online**. Por ejemplo, a través de dispositivos vestibles, como un reloj, una pulsera, un anillo que van conectados al móvil y a través del control de voz y otros sensores realizan una serie de actuaciones. Un ejemplo muy famoso son las gafas de google. Se da mucho, este tipo de acción, en el campo editorial y automovilístico.

Los **códigos QR** van a quedar un poco desfasados, tal vez porque no se han sabido utilizar bien. Ahora hay nuevos códigos, siguiendo el mismo formato, pero con mejoras sustanciales.

Asegura Alfredo que Internet va a seguir desarrollándose mucho.

«**Ahora es el embrión de lo que será en el futuro**». Pronosticando una integración de dispositivos móviles entre oficina, trabajo y casa, sin olvidar el ocio y tiempo libre. También quiere hacer especial hincapié en el hecho de que no se puede perder el networking, es decir, el contacto personal. «Es fundamental integrar las herramientas digitales con las offline, **logrando una perfecta combinación que redunde en el buen trabajo**, porque al fin y al cabo eso será lo que ayude a la empresa a un mayor crecimiento y desarrollo económico».