Publicado en Ciudad de México el 01/09/2020

# [Las empresas aceleran su estrategia digital, el mundo online llegó para quedarse, según Marketeros Agencia](http://www.notasdeprensa.es)

## El mundo estaba metido de lleno en una transformación digital que no tenía vuelta atrás antes de la pandemia. Esta última la ha acelerado. Las empresas necesitan una estrategia digital que dé visibilidad y relevancia a sus productos y servicios en Internet. El canal digital es ya clave para la facturación en las empresas, y estas necesitan del asesoramiento y la ayuda de las agencias digitales. No hay otra opción

 La transformación digital, ese mantra que les llegaba una y otra vez a las empresas, y del que eran sabedores y conscientes los directivos de las mismas sobre la obligación de tener presencia en un canal tan influyente como es Internet. Eso era un hecho, y muchas empresas ya estaban invirtiendo en la canal online presupuestos importantes. Pero llegó la pandemia, y los que habían dejado para más adelante la inversión tuvieron rápidamente que implementarla. Más vale tarde que nunca. Y aquí entran de lleno como protagonistas las agencias digitales, empresas que reúnen todo tipo de estrategias de marketing digital, que, de la mano de sus clientes, diseñan y ejecutan. Todo comenzaría desde un diseño web, de cara a tener un “escaparate digital” que haga de su web una herramienta esencial de la cual partir y que reúna unos requisitos indispensables: atractivo look and feel, buena organización, buena estructura, intuitiva, fácil de navegar…en definitiva, conseguir que la web de una empresa sea el fiel reflejo de la misma en Internet. Una vez se tiene un buen soporte digital hay que llevarlo a los ojos de las personas que interesan a las organizaciones, o lo que es lo mismo, hay que estudiar al buyer persona. El que será comprador y contratador de los productos y servicios de las mismas. La clave de toda estrategia digital que se reconozca por su labor. Así que hay que dirigirse y llegar a esta figura clave de una forma amigable y nada intrusiva. Si el buyer persona está en una fase de información habrá que informarle y si está en un proceso de toma de decisión habrá que mostrarle contenidos corporativos que le ayuden a decidirse por la opción de uno. Existen distintas formas de llevar esta información tan preciada a ojos de los buyer persona. El más natural y conveniente es, sin duda, hacerlo de forma orgánica: hay que generar una estrategia de marketing de contenidos para informarles, y por otro lado, a través de los buscadores como Google, habrá que diseñar una estrategia de posicionamiento SEO, no olvidando las redes sociales, de las que habrá que estudiar cual es la que más conviene dependiendo del sector en el que la empresa se encuentre. En definitiva, estar donde a las empresas las están buscando sus futuros clientes. Una vez las organizaciones ya tienen a su cliente potencial observándoles hay que atraerles y que se pongan en contacto. Hay que convertir esa visita a la web, o al perfil en redes, en un lead, en una oportunidad de negocio. Para ello habrá que utilizar formatos estratégicamente diseñados para convertir: landing pages, formularios, ebooks, vídeos, call to action…etc. Todos ellos tienen una función estratégica que lleve a decidir cuál o cuáles emplear según las circunstancias. Y como resultado de lo anterior las empresas ya tienen a sus buyer persona llamando a su puerta, y por tanto ahora habrá que atender sus peticiones de propuesta o compra. Y en esta situación, la agencia digital también generará estrategias de comunicación que ayudarán a los departamentos comerciales a vender sus productos y servicios, lo que en la jerga digital se denomina embudo de ventas. Marketing y ventas unidos bajo un mismo objetivo: vender. Por último, y no menos importante, las empresas tienen que convertir a sus clientes en embajadores de su marca. Hay que fidelizarlos y tratarlos con cercanía, que se sientan arropados en todo momento por su partner o proveedor. Y en esta materia hay que generar un contacto habitual y cercano con él, desarrollando una estrategia de comunicación amigable y próxima que sea clave en esa labor. Todas estas estrategias las desarrolla ordenadamente el inbound marketing. Metodología de éxito en Internet amigable y educadora, lejos de estrategias intrusivas, hoy en día devaluadas por su escaso resultado. Como conclusión, las empresas necesitan una estrategia digital de calidad en sus organizaciones para su crecimiento. Ya no es una opción, es una obligación.

**Datos de contacto:**

Marketeros Agencia

www.marketerosagencia.com

5554619243

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/las-empresas-aceleran-su-estrategia-digital-el](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing E-Commerce Digital



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)