

## CONTEXTO SECTORIAL

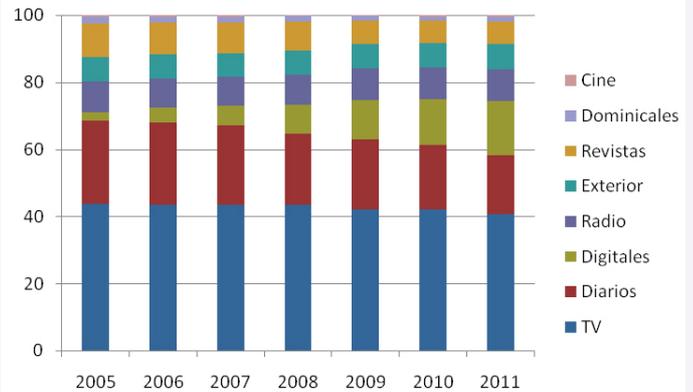
La inversión en publicidad en soportes digitales (Internet + Internet móvil) se situó en casi 900 millones de euros y supuso en 2011 el 16,3% del total de la inversión publicitaria en España. Esta cifra supone un crecimiento del 12,6% respecto a 2010 (789,54 millones de euros).

El 92,5% de las empresas que invierten en comunicación declara que lo hace en comunicación digital, y la gestiona de forma interna (55%). En el 23% de los casos se subcontrata la gestión de la comunicación digital, mientras que en el 22% de los casos se utiliza una fórmula mixta (recursos propios y externalización).

Respecto al posicionamiento web en las PYME españolas, sólo el 28% de las empresas obtiene un valor que le permite posicionar sus palabras clave entre las tres primeras páginas de Google. Esto es, el posicionamiento (*Search Engine Optimization*, optimización de webs para buscadores) de nuestras empresas aún tiene mucho camino que recorrer.

El 53,4% de las compañías españolas que invierten en publicidad digital lo hacen en posicionamiento SEO.

## DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS EN MEDIOS CONVENCIONALES 2005-2011 (%)



## DAFO

### AMENAZAS

- Autogestión de estos servicios
- Competencia de productos sustitutivos
- Intrusismo
- Recelo a invertir en comunicación ante la actual situación económica
- Desconfianza del anunciante
- Efecto negativo del *spam* en el *permission marketing*
- Dificultad de medición: audiencia y resultados

### PUNTOS FUERTES

- Necesidad continua de mantenimiento
- Alta demanda respecto a medios tradicionales
- Juventud de la plantilla
- Amplia cartera de clientes (agencias pequeñas)
- Bajos costes de producción
- Inmediatez (tiempo real)
- Complemento de campaña en medios tradicionales (prensa, radio, etc.)
- Resultados medibles al momento (analíticas)

### OPORTUNIDADES

- Comunicación como elemento esencial en una sociedad de información
- Nuevas tecnologías (*web 2.0*, *social commerce*, *M-commerce*, etc.)
- Redes sociales y reputación online
- Eficacia en tiempo real a corto, medio y largo plazo
- Posibilidad de conocer mejor al consumidor
- Saturación e incremento de precios en televisión
- Efectividad de este tipo de acciones cada vez más demostrada
- Reducción de los presupuestos de marketing
- Incremento del número de dispositivos como *tablets* y *smartphones*, y el consumo multipantalla

### PUNTOS DÉBILES

- Necesario conocimientos diversos: comunicación, nuevas tecnologías, publicidad, RR.PP., etc.
- Perfil laboral no definido correctamente
- Gran dispersión de formatos
- Dificultades para controlar la reputación online
- Requiere personal especializado

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El marketing online en la Comunidad Valenciana se centra principalmente en la promoción turística. La Conselleria de Turismo, Cultura y Deporte, que ha redefinido su estrategia turística y ha reforzado más que nunca el marketing online, siendo el marketing para dispositivos móviles y la estrategia en Redes Sociales los principales puntos de interés.

En la empresa privada también se observa un crecimiento de la inversión en marketing digital por su bajo coste respecto a otros medios y su facilidad para llegar a los clientes potenciales situados sobre todo en otros países.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

El mercado de marketing online y posicionamiento se divide en dos mitades:

- **Internet:** el 51,8% de la inversión publicitaria en soportes digitales (Internet+Internet móvil) se destinó a enlaces patrocinados y buscadores (*search*), mientras que la publicidad gráfica (*display*) acaparó el 48,2%
- **Móviles/Tablets:** IAB Spain estima una inversión en Internet mobile advertising de 16,3 millones de euros en 2011, que representa el 1,8% del total de inversión en soportes digitales. De esta cantidad, 13,4 millones se dedicaron a publicidad gráfica (*display*) frente a los 2,7 millones de buscadores

La estimación de crecimiento de publicidad en soportes digitales para 2012 es de entre el 5 y el 10%.

## ¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

### SERVICIOS BÁSICOS

Marketing online y Redes Sociales  
Gestión de medios publicitarios  
Diseño y mantenimiento de páginas web  
Posicionamiento web (SEM-SEO): *e-mailing*, *Viral-Buzz*, marketing móvil, reputación online, analíticas web

### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Diseño gráfico  
Imagen corporativa  
Campañas de *merchandising* y promoción  
Programación de sistemas y aplicaciones

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE MARKETING ONLINE Y POSICIONAMIENTO SEM-SEO TIPO

CNAE 2009	6202 Actividades de Consultoría Informática
IAE	763 Programadores y análisis de informática
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Localización	Áreas metropolitanas
Personal y estructura organizativa	3-8 personas (programación, marketing y administración)
Instalaciones	Oficina de 60 m <sup>2</sup>
Clientes	Empresas de servicios, empresas de bienes de consumo final, Instituciones Públicas, PYME y comercios
Herramientas promocionales	Relaciones personales, catálogo de servicios, mailing, e-mailing, marketing telefónico, anuncios en guías comerciales, marketing online y marketing 2.0
Facturación	200.000 - 350.000 euros
Valor de lo inmovilizado/Inversión	3.006 - 60.000 euros
Importe gastos anuales	120.000 - 200.000 euros

## RECOMENDACIONES

La tendencia está en que las grandes empresas tengan su propio departamento de marketing online, por esto es aconsejable que te dirijas a las PYME que son las que suelen contratar externamente estos servicios.

Como agencia de marketing online no puedes descuidar tu imagen en la red. Preocúpate de estar lo mejor situado en buscadores y que te vean como ellos quieren ser vistos en la red.

Cada proyecto exige la elaboración de un presupuesto a medida (*ad hoc*) en el que se debe considerar, además del trabajo de la agencia y del margen, los costes correspondientes a los servicios subcontratados.

No desestimes a los organismos públicos como potenciales clientes, están muy interesados en ofrecer la mejor imagen en la red y éste es tu cometido.

## ENLACES DE INTERÉS

[www.prchecker.info](http://www.prchecker.info) · [www.adigital.org](http://www.adigital.org) · [www.a-nei.org](http://www.a-nei.org) · [www.avalnet.org](http://www.avalnet.org) · [www.eventosfera.com](http://www.eventosfera.com)