

La revolución tecnológica, las redes sociales y el desarrollo de nuevas tecnologías han hecho que las empresas se hagan preguntas tales como qué es el marketing digital y cómo se puede impactar exitosamente al público objetivo.

El marketing digital es una herramienta virtual que permite a las empresas llegar a un grupo específico de personas. Ofrece la posibilidad de mejorar la interacción con los clientes, optimizar los procesos de marketing y trabajar en tiempo real.

Las empresas que pertenecen al sector agrícola no están ajenas al impacto generado por la digitalización de los consumidores, por lo que deben hacer un esfuerzo para adaptarse al entorno y las necesidades de sus audiencias.

Deben entender el marketing digital como una herramienta no solo para llegar al público objetivo, sino también para generar valor agregado para las marcas a través del contenido y la interacción con los consumidores.

La presencia de empresas colombianas en las redes sociales está aumentando, al igual que el porcentaje que invierte en publicidad en internet. Según las cifras del IAB en 2017, la inversión publicitaria en el país fue del 22%.

La creación de estrategias transversales en el campo digital es primordial, ya que permiten un mayor impacto y generan recordación de la marca.

Aquí, compartimos un caso de éxito de una campaña de Aguacates de México.

Antes del lanzamiento de su campaña publicitaria en el Super Bowl de 2018, la compañía creó una aplicación interactiva llamada Guac World, que representaba un mundo donde todo giraba en torno al guacamole y donde la gente podía interactuar con las redes sociales en el juego.

Esto trascendió de un videojuego y se convirtió en una estrategia adicional para el posicionamiento de la empresa en las redes sociales.

Los resultados obtenidos al usar esta estrategia durante el Super Bowl fueron los siguientes:

- 10 millones de visualizaciones del comercial durante el evento.
- 1 millón de visitas a su página web.

- 4,5 millones de impresiones (cuando ves una página web con un anuncio o banner publicitario)

- 2,5 millones de personas tuvieron acceso a los filtros de Snapchat. Esta aplicación para smartphones permite compartir imágenes y videos con amigos y crear contenido en tiempo real.

Del mismo modo, al igual que el marketing digital tiene buenos resultados, también hay algunos desafíos que deben tenerse en cuenta.

Estos son tres de los principales desafíos mencionados por Stephan Loerke, CEO de la World Association of Advertisers en una entrevista para el medio "El Portafolio".

Tres desafíos en el marketing digital:

1. **Transparencia:** la publicación de información falsa sobre competidores no debe permitirse en las redes sociales porque afecta la imagen y la reputación de otras compañías.
2. **Fraude:** se estima que entre el 10% y el 30% de los anuncios digitales son fraudulentos, lo que la convierte en la segunda fuente de ingresos para los delincuentes.
3. **Privacidad de datos:** es necesario que los usuarios conozcan los sitios web que visitan en Internet y los datos que suministran a ciertas plataformas. En el futuro, se necesitará el consentimiento del usuario para que se recopilen los datos.

Para obtener más información sobre marketing y comercialización, asista al 9° World Avocado Congress y aprenda de líderes como Emiliano Escobedo, Director Ejecutivo de HAB (Hass Avocado Board) y Álvaro Luque, Director Ejecutivo de Aguacates de México. Consigue tus entradas aquí:

<http://bit.ly/worldavocadocongress>

*Este contenido pertenece a nuestra sección de publisreportajes.*