Ce beneficii aduce o strategie de marketing digital?

Peisajul de platforme, instrumente și indicatori de performanță din marketingul digital a devenit extrem de complex. Diferențele de abordare și adecvare din fiecare industrie, sector de activitate, tip de campanie îl fac și mai dificil de gestionat. Costurile unei campanii ineficiente nu sunt de neglijat nici ele. De aceea este esențial pentru companii să aibă o strategie clară pentru marketingul digital.

Din păcate utilizarea marketingului digital fără o abordare strategică este încă o practică des întâlnită. Desigur există companii care folosesc cu succes mediile digitale fără a avea o strategie în acest sens, Acestea ar putea obține, însă, rezultate și mai bune dacă ar adopta o abordare strategică a marketingului digital.

Din experiența mea ca Director al agenției de publicitate Mind Shop, iată care sunt cele mai importante cinci beneficii ale unei astfel de abordări startegice:

1. **Corelarea obiectivelor de business cu cele de marketing digital**

De cele mai multe ori companiile fără o strategie de marketing digital nu au obiective strategice clare pentru ceea ce doresc să obțină în mediul online. Focusul lor poate diferi foarte mult de la o campanie la alta. La fel rezultatele, mixul de platforme, indicatorii urmăriți. Dar cel mai important aspect este acela că, în lipsa unei strategii pentru marketingul digital, corelarea obiectivelor/rezultatelor din mediul online cu obiectivele/rezultatele de business este deficitară.

2. **Construirea unei prezențe online relevantă și consecventă**

Numai printr-o abordare strategică, cu direcții clare și planuri de acțiune declinate apoi la nivel de tactici consecvente, se poate construi o prezență puternică a companiei în mediul online. Pe de alta parte, prin monitorizarea competitorilor și prin ascultarea clienților, compania poate înțelege dinamica comportamentelor acestor două categorii și poate face o propunere de valoare puternică.

3. **Integrarea canalelor de marketing tradițional și digital**

Este un lucru frecvent ca activitățile de marketing digital să fie implementate separat de cele de marketing tradițional, fie că este vorba de un specialist în marketing digital, fie de o echipă separată. Este mai ușor de procedat în acest mod, dar este foarte puțin eficient. Dar mediile digitale funcționează cel mai bine atunci când sunt integrate cu mediile tradiționale, când indicatorii urmăriți pe aceste canale se completează și mai ales când mixul acestora este optim.

4. **Măsurarea rezultatelor relevante pentru top managment**

Platformele de marketing digital pun la dispoziție o multitudine de indicatori și tabele întregi de rezultate în timp real. Însă directorii din echipele de conducere ale companiilor nu le înțeleg semnificația, nu au timp să le revizuiască și deci nici să ia decizii pe baza lor. O strategie de marketing digital permite identificarea indicatorilor de business relevanți pentru top management. Se poate face, apoi, translația acestora în planul indicatorilor de marketing specifici și raportarea acestora către directorii executivi ai companiei.

5. **Îmbunătățirea continuă a experienței consumatorilor**

Explozia mediilor digitale a dat putere consumatorilor. Aceștia au la dispozitie nenumărate canale de informare,

comparare a ofertelor, selectare a furnizorilor, etc. Acordarea de review-uri și de feedback a devenit ceva foarte obișnuit pentru consumatorii digitali. Strategia de marketing digital face posibilă alocarea resurselor pentru punctele de contact (touchpoints) cele mai importante din experiența de cumpărare și implementarea unor campanii care să răspundă așteptărilor reale ale clienților.

În loc de concluzie

Chiar dacă o companie are resurse suficiente pentru marketing, aceastea pot fi irosite, prin duplicare, lipsa de integrare, urmărirea unor indicatori irelevanți, implementarea ineficientă a campaniilor, etc. Modalitatea cea mai bună pentru a alinia obiectivele de business cu cele de marketing digital este elaborarea unei strategii. Astfel se va putea obține claritate în comunicarea cu conducerea companiei pe această temă, se va obține susținerea managerilor și directorilor executivi pentru inițiativele online și se vor atinge categoriile de clienți relevante, obținându-se rezulatele scontate cu o utilizare eficientă a resurselor.