

LA CONSULTORÍA Y EL NUEVO MARKETING

LA CONSULTORÍA ha permitido a las empresas flexibilizar sus recursos humanos y disponer de especialistas en todas las áreas del conocimiento y la gestión, en aras de realizar cambios necesarios para adaptarse a las nuevas exigencias de los mercados.

Si nos centramos en el marketing, podemos identificar diferentes campos de consultoría como la investigación de mercados (que ayuda a las empresas a identificar oportunidades y necesidades de cambio en los productos y servicios); la consultoría de estrategia de precios, de promociones, de publicidad y comunicaciones, así como la que últimamente reporta más demanda: la consultoría de Marketing Digital y Comunicaciones en redes sociales.

Para nadie es un secreto que la mayoría de las empresas en el territorio nacional son pymes y que por su tamaño y presupuesto no les es posible contar con un departamento de marketing, lo cual no significa que no necesiten hacer marketing. También es claro que los mercados cada vez son más competitivos, lo que hace relevante el marketing, pues el consumidor se ve expuesto a una mayor oferta de

nuevos productos y servicios. Todo ello hace que muchos profesionales del marketing trabajen como consultores y con su labor aporten nuevos enfoques a un sinnúmero de empresas de distintos sectores.

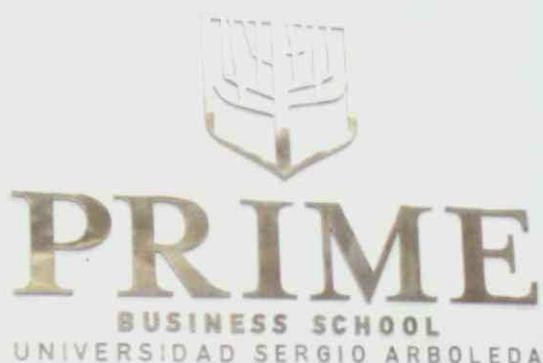
Y si nos centramos en la reciente tendencia, el Marketing Digital, encontramos que a nivel mundial está suponiendo la mayor demanda en cuanto a consultoría de marketing. Dicha demanda, ya se da en Colombia, aunque aún no tengamos el peso y la importancia que tienen otros países: 5,3% de la inversión publicitaria vs 29% en el Reino Unido, superando los demás medios.

Las empresas inician sus proyectos de Marketing Digital trabajando en mejoras de su web para los buscadores (principalmente Google), y cada vez están más interesadas en mejorar su posición frente a las búsquedas de

potenciales clientes para optimizar así su ubicación en las primeras páginas. Es ahí donde aparecen los expertos en SEO (Search Engine Optimization) o SEM (Search Engine Marketing), siendo estos los primeros consultores de Marketing Digital que visitan a las empresas interesadas.

Pero el Marketing Digital no solo es el mercadeo de buscadores. También podemos utilizar las nuevas técnicas para hacer investigación de mercados, desarrollar la marca, crear productos, establecer políticas de precios, promociones, publicidad, distribución de productos o servicios y, por supuesto, vender a través del comercio electrónico, actividad que está incrementado con fuerza su presencia en Colombia, no solo para vuelos y hoteles, que son las categorías más desarrolladas.

No obstante, si se tratara solamente de la sustitución o transición entre medios (el paso de la televisión o la radio a internet o a los celulares, por ejemplo), este cambio tendría menos impacto de lo que se está suponiendo a nivel mundial. La verdadera revolución está en ubicar al consumidor en un papel estelar en el marketing de hoy: él puede crear producto, crear marca y posicionarla... Así se convierte en el verdadero rey. Pasamos entonces de un consumidor receptivo con las propuestas de las marcas, a un consumidor proactivo, factor clave en el presente y futuro de todas las marcas. Así pues, el cambio supone algo que las empresas no pueden externalizar; es una señal que deben interiorizar en sus departamentos y preparar a sus funcionarios para esta transición fundamental. ¿Pero se ha visualizado esta tendencia en las empresas colombianas? Seguramente están en ello. Por lo pronto, en la Universidad Sergio Arboleda sí lo hemos entendido y así lo estamos reflejando en los propósitos de nuestros programas.



ANTONIO DÍAZ MORALES
DIRECTOR ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA
DE MARKETING
UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA

