

Las tendencias de marketing digital aplicadas como herramientas de ventas de la empresa COMERCIAL D&J en el periodo 2021-2022 de la ciudad de Ñemby-Paraguay

Liz Paola González Vallejos

Estudiante de la Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial

Palabras clave: estrategias, incidencia, herramientas de venta, marketing digital, tendencias.

Introducción

En la ciudad de Ñemby, hay una gran cantidad de pequeñas y medianas empresa que no dimensionan la importancia de implementar el marketing digital y la evolución que podría obtener a partir de ésta, por ello el marketing digital nunca antes había sido tomado con tanta importancia por las empresas, como lo hizo en los momentos de crisis por la pandemia. El marketing digital ya existía mucho antes de la pandemia, sin embargo ésta ha obligado a que muchas empresas de la noche a la mañana tengan que implementarla, debido a que se volvió indispensable para trabajar de forma activa.

Objetivo: Determinar la incidencia de la aplicación del marketing digital como herramientas de ventas de la empresa Comercial D&J en el periodo 2021-2022 de la ciudad de Ñemby-Paraguay.

Materiales y Métodos

Esta investigación se desarrolló entre los meses de agosto a octubre del año 2022, se basó en el diseño no experimental, descriptivo, de corte transversal, el tipo de estudio en el cual se encuentra enmarcado nuestra investigación es de campo.

Para efectos del estudio, se dispuso de una muestra no probabilística, en su modalidad intencional y se conformó por 20 clientes. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, y como instrumento el cuestionario con 10 preguntas.

Resultados

Analizando las estrategias de marketing digital utilizadas para conocer la situación actual de comercial D&J existió un comportamiento aceptable por los clientes frente a las estrategias de marketing digital aplicadas por la empresa a pesar de estar diseñadas de forma empírica, se visualizó una buena influencia en el proceso de decisión de compra.

La transformación digital contribuyo a superar la crisis económica y se constató que la integración de nuevas tecnologías digitales en pandemia apoyo de forma significativa en la economía de la empresa para poder sobrevivir y prosperar en tiempos tan difíciles. Se observó que la transformación digital se convirtió en una necesidad y oportunidad para la empresa, un medio para poder alcanzar el objetivo de la empresa, utilizando herramientas digitales como implementar formas digitales de pago y ventas online, con ayuda de las redes sociales.

En el estudio se pudo determinar la relación existente entre la aplicación adecuada de las tendencias de marketing digital y su incidencia como herramienta de ventas en los clientes de Comercial D&J de la ciudad de Ñemby. Esto revela que las tendencias de marketing digital son una herramienta de ventas efectiva.

Conclusión

Se puede concluir que nos encontramos en una época totalmente digitalizada, en donde tener los procesos adecuados a la tecnología mejorará el desarrollo empresarial, el marketing digital no solamente ayuda a mejorar las ventas y reducción de costos, sino también a llegar a más lugares, agregando valor a esta ya que mejora la relación con los clientes al hacer más fácil las compras, ayuda también a poder diferenciarte de tus competidores, sin embargo muchas de estos no funcionarían si no se hace un uso adecuado de las herramientas que se tiene y de la estrategia propuesta, es por eso que es tan importante saber usarla.

Recomendamos crear un departamento de marketing especializado para la comercialización de los productos. Las estrategias de marketing digital representan una herramienta importante para incrementar el número de clientes y mejorar la rentabilidad de la empresa, así también implementar una aplicación de estrategias de marketing digital, a través de medios digitales como páginas web, redes sociales agregar Instagram con el objetivo de mejorar la situación de la empresa y hacer de la misma una de las más competitivas de la ciudad de Ñemby.

Bibliografía

Bolívar Vicente Lozano-Torres (2021) —El marketing digital: herramientas y tendencias actuales—Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Cabrera A. Marketing digital y su influencia en el nivel de ventas de la empresa Framelis S.A. en el distrito de Surco 2017 [tesis licenciatura] Lima-Perú: Universidad Cesar Vallejo; 2017 [Internet]. Chaffey, D., & Russell, P. (2002). E-Marketing Excellence: planning and optimizing your digital marketing. Butterworth-Heinemann. De la Rosa, F. (2012). Marketing Digital: Una Visión Integral. Recuperado de <http://www.titonet.com/marketing/marketing-digital-una-vision-integral.html>