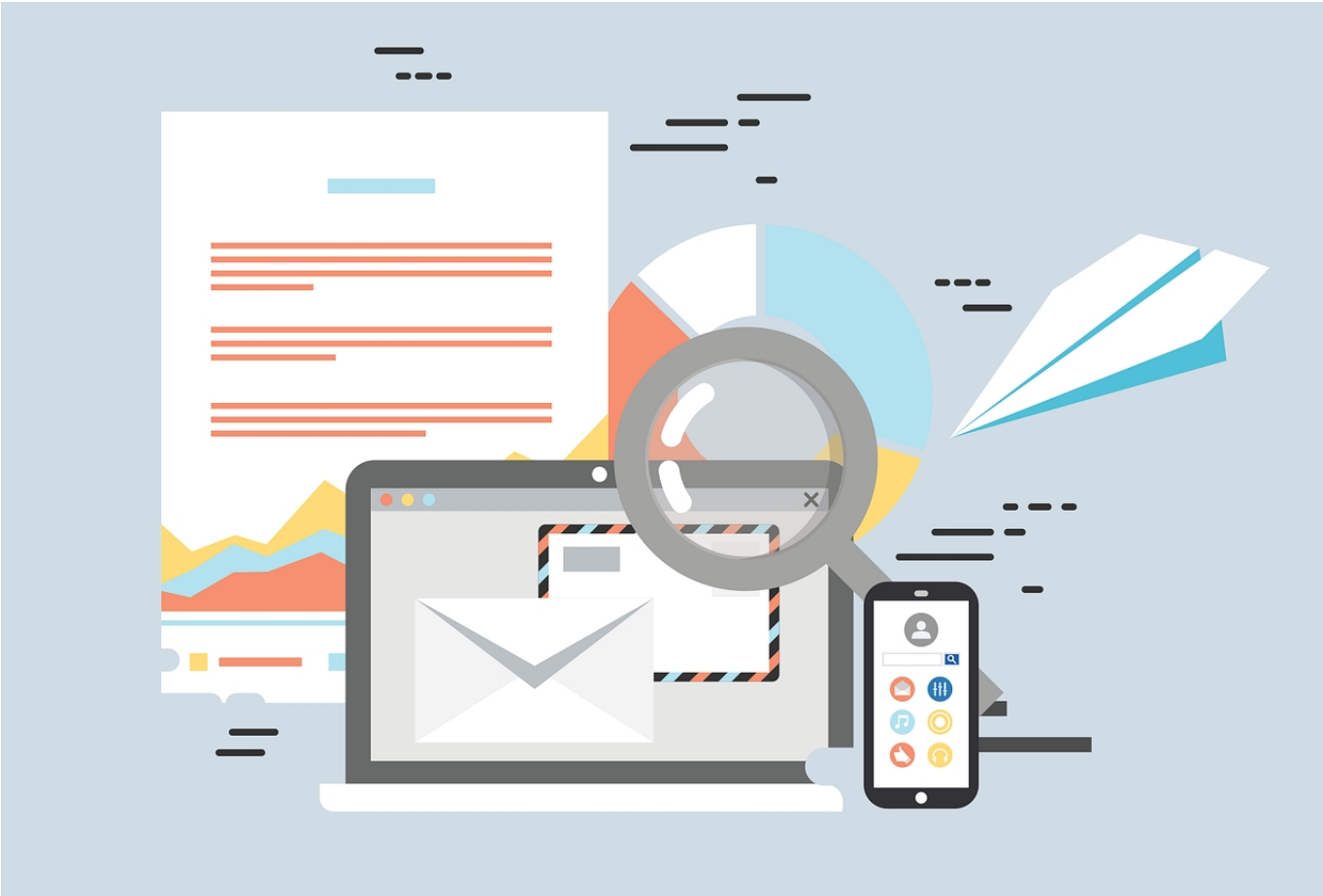
Marketing online y offline. ¿Cuál escoger para tu proyecto?

13/10/2021



Esta es una de las cuestiones más habituales que suelen preguntarme en mis programas de consultoría. Cuando una persona decide embarcarse en un proyecto y desea darlo a conocer al público, necesita contar con un presupuesto destinado a desarrollar las acciones orientadas al **marketing y la publicidad.**

Antes de la irrupción de internet y las nuevas tecnologías, lo habitual era invertir en los medios de comunicación tradicionales, pero ahora ha cambiado mucho el panorama al respecto. Podemos escoger entre radio, televisión, vallas publicitarias y medios sociales.

¿Cuál es la mejor opción? Pues en este artículo te voy a hablar sobre ello. Te invito a que te quedes y valores la mejor alternativa para tu negocio.

Marketing online y offline. ¿En qué se diferencian?

- El **marketing online** engloba todas aquellas acciones y estrategias orientadas al sector digital. Por ejemplo, anuncios en plataformas digitales, redes sociales o todo lo que suponga una relación directa con internet.

- El **marketing offline** es aquel que está relacionado con todos los medios generalistas más tradicionales. Es el que se desarrolla a través de la televisión, la radio o vallas publicitarias, por ejemplo.

Una vez están aclarados estos conceptos, supongo que querrás saber algo más sobre la puesta en práctica de estas dos opciones. Te lo cuento enseguida, pero antes deberías saber que debes tener muy claros los objetivos de tu negocio, planificar las estrategias y contar con un presupuesto definido para las acciones de marketing.

El marketing digital ofrece la posibilidad de realizar campañas de publicidad a bajo coste. Es una opción muy interesante para pequeñas y medianas empresas, ayuda a segmentar mucho mejor al **cliente ideal** al que se dirige la marca y permite hacer ajustes en tiempo real de la campaña de publicidad que se está llevando a cabo.

El marketing offline está orientado a desarrollarse en los medios de comunicación masivos. Hay un gran alcance, la posibilidad de diferenciarse de la competencia, ya que muchas empresas optan por el marketing digital y puede ser un buen revulsivo para que el producto anunciado se conozca. Sin embargo, se requieren de mayores inversiones.

Por lo tanto, conociendo ambas opciones y algunas de las ventajas que suponen para una marca, lo más recomendable es que analices bien tu negocio y valores tu presupuesto antes de lanzarte. Puedes optar por realizar acciones de marketing online y offline, son perfectamente complementarias.

Sin duda, lo más importante es que tengas siempre un presupuesto para ello y que analices los resultados para ir valorando el tipo de marketing que se adapta mejor a tus necesidades.

Si tienes cualquier duda y necesitas asesoramiento sobre ello, no dudes en **consultarme** para ayudarte. Estaré encantada de saber más sobre tu proyecto.