



**Nombre de alumno: Isaac roldan Trujillo  
Hernández**

**Nombre del profesor: M.V.Z Guillermo  
Montesinos Moguel**

**Nombre del trabajo: mapa conceptual**

**Materia: acción promocional**

**Grado:6**

**Grupo: Medicina veterinaria y  
zootecnia.**

# Estrategias de marketing

## Marketing digital

Conjunto de estrategias y tácticas para promocionar productos o servicios a través de medios digitales (internet, redes sociales, sitios web, correo electrónico). Permite comunicación segmentada y medición en tiempo real, a diferencia del marketing tradicional.

### Características clave

Segmentación muy precisa del público, seguimiento y métricas instantáneas, personalización de mensajes, interactividad y alcance global. Ofrece costos relativamente bajos y alto retorno por la capacidad de ajustar campañas al momento.

### Ejemplo de acciones

Creación de contenido marketing (blogs, videos, infografías) para atraer clientes, estrategias SEO (optimización para buscadores) y SEM (publicidad en buscadores), campañas de email marketing segmentadas, publicidad y promociones en redes sociales.

## Marketing tradicional

Estrategias de promoción, venta y comunicación realizadas principalmente en medios offline o físicos (televisión, radio, prensa escrita, exteriores). Se basa en canales convencionales para llegar a grandes audiencias sin el apoyo de internet.

### Características clave

Gran alcance masivo y presencia física (p.ej. vallas, folletos). Genera confianza en sectores acostumbrados a la publicidad tradicional, pero suele requerir inversión alta y ofrece menor capacidad de segmentación y medición.

### Ejemplo de acciones

Publicidad en medios impresos (anuncios en periódicos, revistas, folletos), comerciales en televisión y anuncios de radio, cartelera exterior (vallas publicitarias, mupis, carteles en la calle), distribución de volantes y folletos físicos.

## Marketing relacional

Estrategia centrada en establecer, mantener y consolidar relaciones duraderas con los clientes, enfocándose en ellos más que en el producto. Busca fidelizar y generar confianza, tratando al consumidor como parte esencial de la marca.

### Características clave

Comunicación personalizada y bidireccional, fomenta la retención y la recomendación a través de experiencias positivas constantes. Enfocado al largo plazo: convierte compradores puntuales en clientes leales.

### Ejemplo de acciones

Programas de puntos o membresías exclusivas para clientes frecuentes (premios, descuentos), comunicaciones uno a uno (seguimiento postventa, encuestas de satisfacción) que refuerzan la cercanía.

## Marketing de contenidos

Estrategia que busca atraer y retener clientes mediante la creación y distribución de contenido relevante, valioso y educativo. A diferencia de la publicidad directa, se enfoca en satisfacer intereses y necesidades de la audiencia para generar confianza y posicionar la marca como referente en su sector.

### Características clave

Se apoya en contenidos digitales de alta calidad y variedad (artículos de blog, videos, infografías, ebooks, podcasts, redes sociales, webinars, casos de éxito, etc.).

### Ejemplo de acciones

Publicar posts de blog optimizados (guías, listas de consejos, tutoriales), crear videos o webinars educativos sobre temas de interés para el público objetivo, diseñar infografías y ebooks descargables que resuelvan dudas del cliente.

## Marketing de guerrilla

Estrategia creativa y no convencional que utiliza métodos innovadores, sorpresa e interacción directa para promocionar una marca con bajo presupuesto. Busca captar la atención del público de forma inesperada y viral, aprovechando el boca a boca y las redes sociales para maximizar su alcance sin altos costos.

### Características clave

Se apoya en la creatividad, el factor sorpresa y la implicación emocional del público. Frecuentemente ocurre en espacios públicos (calles, plazas, paradas de bus, centros comerciales) y juega con el entorno para generar impacto visual.

### Ejemplo de acciones

Instalaciones urbanas creativas: por ejemplo, Coca-Cola instaló máquinas expendedoras que regalaban flores, pizzas o bebidas gratis como sorpresa para los transeúntes.