Las pymes destinarán el 70% a mkt digital

Autor Administrator
lunes, 03 de octubre de 2011

Las Pymes continuarán la tendencia reciente de cambiar sus presupuestos de marketing y publicidad hacia el entorno digital, las plataformas basadas en el rendimiento y las soluciones de retención de clientes durante los próximos cinco años, según un nuevo informe de BIA/Kelsey.
Según las predicciones para el 2015, las Pymes asignarán el 30% de sus presupuestos a la publicidad tradicional (menos del 52% del pasado año 2010), y el 70% restante irá al marketing digital (marketing móviles, directorios, etc.), a estrategias de promoción y comercio electrónico (pay-per-clic, ofertas, cupones), y soluciones para la fidelización de clientes (e-mail marketing, Social Media Marketing, etc...).

A medida que esta tendencia se acelere, las Pymes buscarán proveedores de soluciones externos y aprovecharán las herramientas que les permitan maximizar a más largo plazo los esfuerzos realizados por cada nuevo cliente adquirido. Networkcanal aquí ocupa una posición importante para ayudar a sus clientes dentro del sector de los deportes de acción.

Algunas de los cálculos, pronósticos y predicciones de la investigación en este sentido indican que:

* En general, el gasto de este tipo de empresas en los medios de comunicación, marketing y soluciones de negocio crecerá de los 22.400 millones de dólares en 2010 a 40.200 millones en 2015, representando una tasa de crecimiento anual del 12%.

* El gasto en publicidad tradicional no tendrá cambios esenciales, experimentando un aumento anual del 0,6%, pasando de los 11.800 millones de 2010 a los 12.100 millones pronosticados para el 2015.

* El gasto en los medios digitales crecerá de los 5.400 millones de 2010 a los 16.600 millones en 2015 (24,9% anual).

* Las Pymes también incrementarán el gasto en soluciones de e-commerce y plataformas de transacción y promociones pasando de los 1.700 mil millones de dólares de 2010 a los 4.600 millones en 2015 (21,5% anual).

* El gasto de las Pymes en soluciones para retener y fidelizar clientes crecerá pasando de los 3.500 millones a los 6.900 millones en 2015 (14,6% anual).

Mark Fratrik, Vicepresidente de BIA/Kelsey, señalo que "estos pronóstico indican claramente que la asignación de presupuestos de las pequeñas y medianas empresas y la comercialización para adquirir y retener clientes, crecerán notablemente en los próximos cinco años"

“Las compañías de medios tradicionales más las nuevas empresas que construyan activamente sus productos y soluciones en el mundo digital, aplicando el SEM/SEO, e-mail marketing y la adquisición de otras herramientas de fidelización, estarán en una buena posición para sacar el máximo provecho de este cambio general para el mundo de las Pymes ”, finalizó.

Esperamos ayudar por tanto a todos nuestros clientes en los futuros años. Por ello ESTAMOS PREPARADOS.

Fuente: Puro Marketing.
http://www.puromarketing.com/53/10751/presupuesto-global-pymes-destinara-marketing-digital.html