



MAPA CONCEPTUAL MARKETING DIGITAL

Mat 14_Admon_Actividad de Aprendizaje 1.

Matricula: IEDLEA20

Alumno: Rey Josue Palomarez Herrera.

Lic. Administración.

Asesor: Tania Salazar.

MARKETING DIGITAL



MARKETING 1.0
Centrado en el producto
necesidades físicas
valor económico
medios tradicionales
unidireccional.

MARKETING 2.0
Centrado en el consumidor
inteligente valor a la persona
medios tradicionales y digitales
bidireccional.

MARKETING 3.0
Centrado en los valores
crear un mundo mejor
ser humano integral
valor al medios interactivos
multidireccional.

MARKETING 4.0
Propósito social
colaboración marca-sociedad
humanización de la marca
valor necesidades emocionales
big date
hiperconectividad omnicanal,
omnidireccional

**SEO.
SEM.
INBOUND MKT.
RETARGETING.
ANALITICA WEB.**

DEFINICION
Es una subdivisión de marketing que ha ganado tanto peso que se ha convertido en el modelo preferido por excelencia.

También conocido como marketing online o mercadeo en línea.

**GLOBAL.
INTERACTIVO.
MEDIBLE.
HIPERSEGMENTABLE.**

MEDIOS
Tecnológicos como el internet, móvil, Tablet.

CRECIMIENTO
Radical gracias a los avances tecnológicos.

CONCLUSIÓN

El marketing digital es fundamental para el éxito de cualquier empresa en la actualidad, ya que permite alcanzar a un público más amplio, generar leads y aumentar las ventas. La clave está en desarrollar estrategias bien definidas, adaptarse a las nuevas tecnologías y medir constantemente los resultados para optimizar las campañas.

