

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES**

**Año**: 2020 **Ciclo**: I

**Materia**: Marketing Digital. **Docente**: Gisel Nuñez

**Paralelo**: 8-2 **Fecha**: 09/07/2020

**Nombre**: Moriel Ruiz Juan Ignacio

**Grupo 5: ¿Cuál consideran que es la potencialidad de la era digital del marketing para las empresas?**

La potencialidad de la era digital en el marketing es por parte de la automatización productiva y de las operaciones (compras y logística) como los sistemas "SAP o ERP". también a los análisis de consumo y los big data, la analítica predictiva y la medición de la experiencia del cliente permiten a las organizaciones desplegar sus recursos de marketing con mayor eficacia y eficiencia.

El papel del marketing era básicamente crear comunicaciones y campañas para promocionar productos y servicios. Tras la invención de la internet y los cambios en el comportamiento de los consumidores, esa realidad ha cambiado. Actualmente, muchas organizaciones cuentan con el marketing digital para conquistar clientes potenciales. Sin embargo, transformar el marketing tradicional en digital, exige muchos cambios.

Existen muchos desafíos que los gerentes de marketing todavía enfrentan en el intento de adoptar esa estrategia. Parte de la realidad de esos profesionales es mantener las operaciones fundamentales de una empresa mientras sus clientes se están integrando en la era digital. Además, la transformación digital también se expande más allá del marketing, exigiendo que las empresas piensen en un contexto para trabajar la adquisición y fidelización de los clientes.