La integración del modelo de comunicación y ventas en medios tradicionales a medios digitales, consiste en:

* Desarrollar un concepto de campaña adaptado a los diferentes medios, apoyándose de piezas de gráficas y visuales.
* Direccionar audiencias en doble vía, de medios tradicionales a digitales y de medios digitales a tradicionales.
* Definir la participación y alcance de medios tradicionales y digitales a partir de la estrategia de negocio.
* Publicaciones en medios digitales y tradicionales de forma simultánea, manteniendo una constancia en digital