

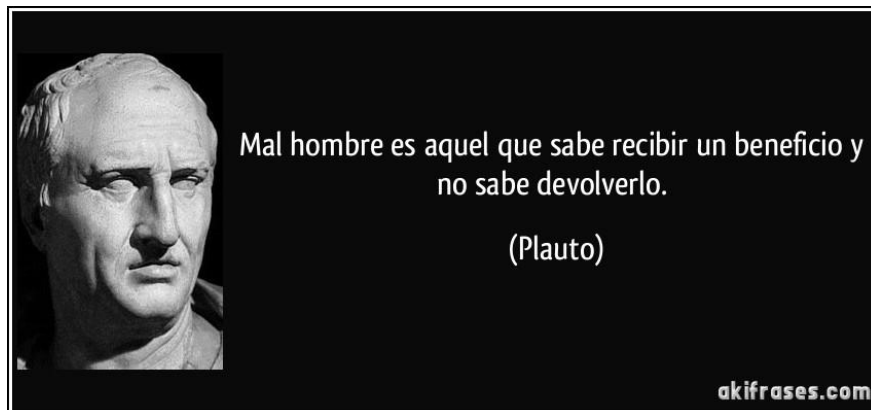
MODULO 5

BENEFICIOS DE LOS MEDIOS DIGITALES

QUE ES UN BENEFICIO

Ees el resultado final que se obtiene por la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos generados.

La obtención de beneficios requiere de una estrategia empresarial compleja. Hay que conocer a fondo el mercado relacionado con el producto o servicio que se va a vender. Es necesario conocer a las entidades competidoras. Hay que realizar una inversión inicial y trazar un plan de actuación. La comunicación y el marketing son elementos importantes en la estructura global. Estos aspectos son simplemente medios para que el beneficio sea el mayor posible.



¿QUÉ SON LOS MEDIOS DIGITALES?

MEDIOS DIGITALES

- Los **medios digitales** son cualquier medio codificado en un formato legible para máquina. Los medios digitales se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales. Programas informáticos y software; imágenes digitales, vídeo digital; videojuegos; páginas web y sitios web, incluyendo los medios de comunicación social; de datos y bases de datos; de audio digital, como MP3; y los libros electrónicos son ejemplos de medios digitales
- Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora,

visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales

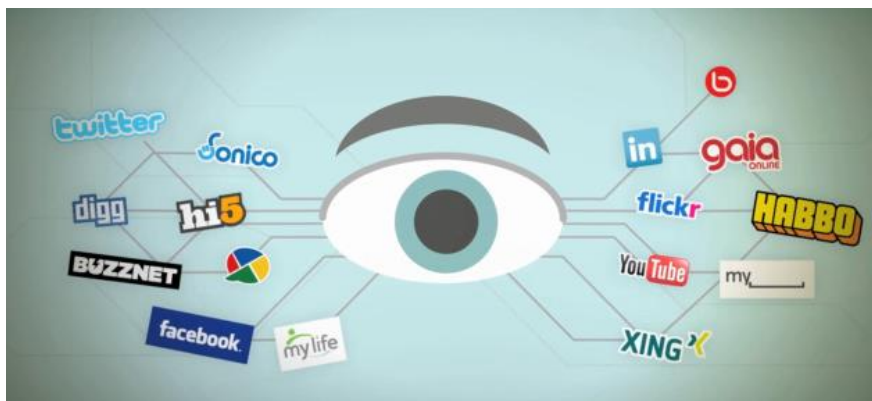
- Los medios digitales hacen referencia al contenido de audio, vídeo e imágenes que se ha codificado (comprimido digitalmente). La codificación de contenidos implica convertir la entrada de audio y vídeo en un archivo de medio digital como, por ejemplo, un archivo de Windows Media. Una vez codificado el medio digital, se puede manipular, distribuir y representar (reproducir) fácilmente en otros equipos, así como transmitir a través de redes informáticas.



EJEMPLOS DE TIPOS DE MEDIOS DIGITALES:

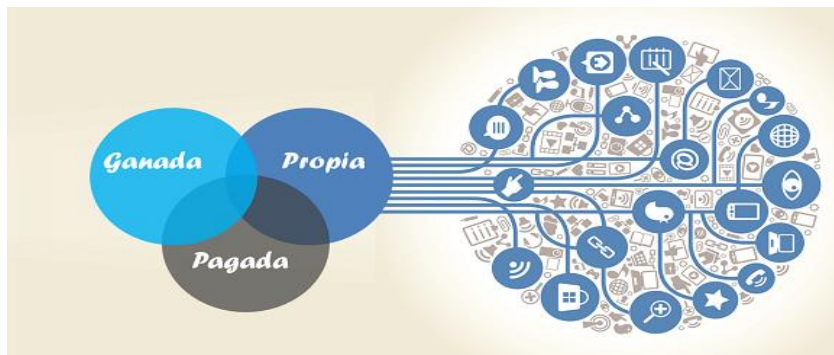
- Windows Media Audio (WMA)
- Windows Media Video (WMV)
- MP3
- JPEG y AVI.

POR QUÉ TRANSMITIR MIS MEDIOS DIGITALES?



- **VER VÍDEOS.** El servidor doméstico se puede utilizar para almacenar y transmitir grandes conjuntos de vídeos y programas de televisión grabados a los equipos domésticos u otros dispositivos de reproducción de la red doméstica. Se pueden transmitir vídeos a una Xbox 360 o a un equipo doméstico mediante el Reproductor de Windows Media.
- **REPRODUCIR MÚSICA.** Si se activa el uso compartido de medios de la carpeta **Música**, podrá tener acceso a la música desde dispositivos compatibles con Windows Media Connect. No es necesario habilitar ni configurar ninguna cuenta de usuario para transmitir desde la carpeta compartida **Música** una vez que se ha activado el uso compartido.
- **MOSTRAR PRESENTACIONES CON FOTOGRAFÍAS.** Puede almacenar las fotos digitales en la carpeta compartida **Fotos** del servidor doméstico y, a continuación, obtener acceso a ellas desde cualquier equipo doméstico o desde una Xbox 360 conectada a un televisor del hogar. Puede ver presentaciones con fotografías, y convertir el televisor en un gran marco para fotos.

TIPOS DE MEDIOS DIGITALES



SE CLASIFICAN EN 3 GRUPOS:

1. MEDIOS PROPIOS

Que son todos los sistemas digitales que tu marca ha desarrollado para establecer una presencia online. Todos estos medios deberán mantener una imagen coherente con tu marca y objetivos generales. Hablamos de página web, aplicaciones para dispositivos móviles, blog, perfiles de redes sociales, etc.

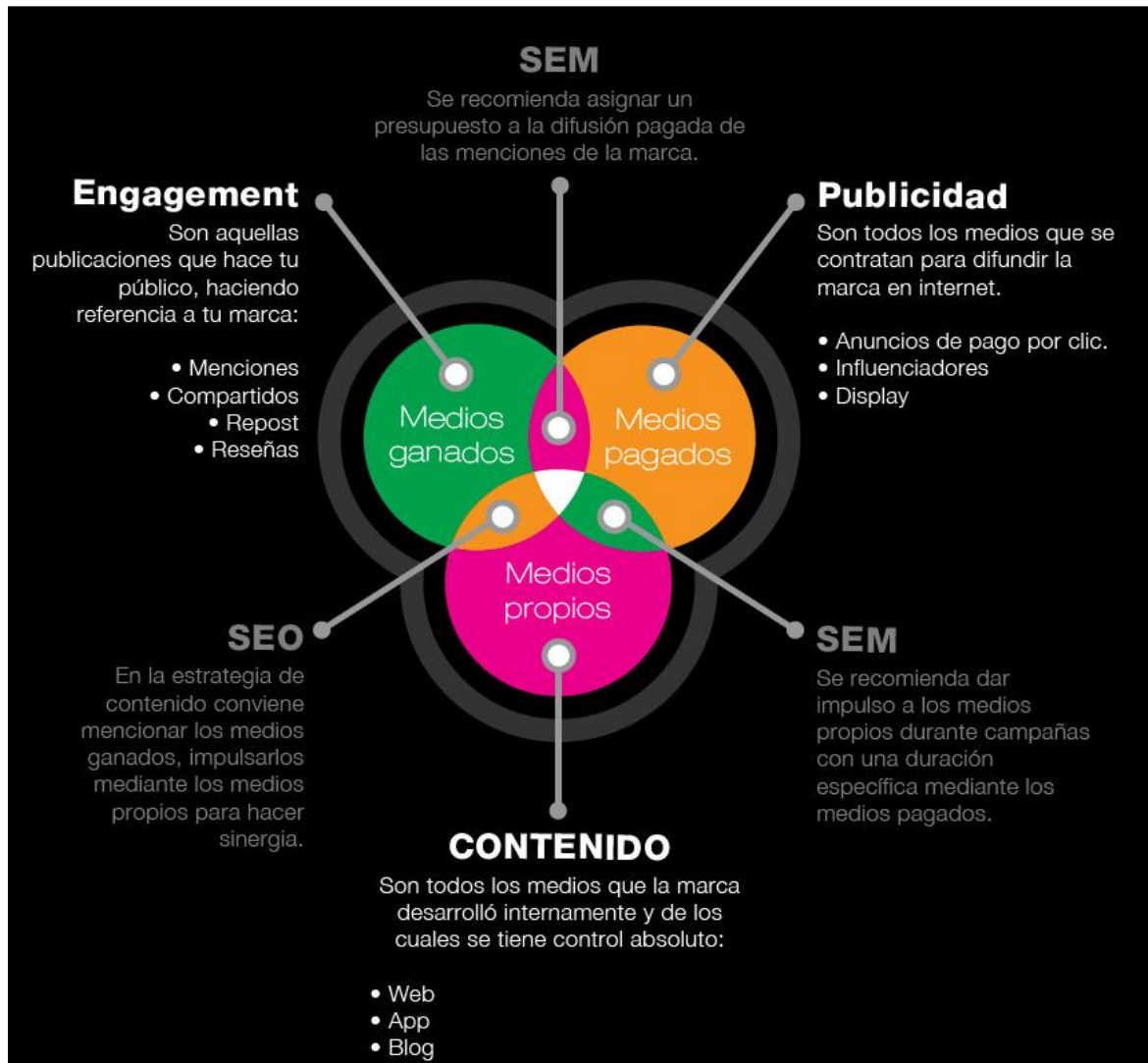
2. MEDIOS PAGADOS

Son sistemas digitales de terceros que contratas para impulsar y promover tus medios propios. Cada uno de ellos debe perseguir un objetivo particular y definido en tu estrategia global digital. Pueden ser los anuncios de Google AdWords, publicidad en redes sociales, banners, pagar a influenciadores para mencionar tu marca, etc.

3. MEDIOS GANADOS

Es toda aquella promoción que un tercero hace de nuestra marca de forma gratuita, por lo regular es una consecuencia de tu estrategia de contenido que ha hecho eco en los usuarios y considera digna de compartirse y mencionarse, este es el mejor signo de que estás haciendo bien las cosas. Son menciones en twitter, reseñas en páginas, compartidos en Facebook, etc.

Si tu marca hace uso de estos tres tipos de medios en internet, estarás aprovechando mejor el potencial de internet para tu negocio, si no es así, comienza revisando tu estrategia digital para aprovechar mejor el potencial de internet para tu marca.



COMUNICACIÓN DIGITAL:

Es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social. Intenta fusionar el periodismo con las nuevas técnicas de la informática, las letras con bits; lo analógico se convierte en digital.

TIPOS DE MEDIOS



MEDIOS DIGITALES

Es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo, que tiene como espacio principal la internet.

EJEMPLOS DE MEDIOS DIGITALES

Los medios digitales puede apuntar a Internet como una herramienta que incorpora todos los medios de comunicación tradicionales, esto en algún momento se dijo del cine debido a que incorporaba la fotografía, la plástica y se valía de las bellas artes, formando un medio expresivo, completo y hermoso.

¿QUÉ TIPO DE PUBLICIDAD PODEMOS HACER EN MEDIOS DIGITALES?

Lo primero que tenemos que saber antes de empezar a planificar una campaña en Internet, es las diferentes posibilidades de comunicación en los medios digitales. Este es un resumen de las posibilidades a día de hoy, pero en medios digitales es necesario estar al día ya que el panorama es tremendamente cambiante.

DISPLAY TRADICIONAL

Publicidad basada en elementos gráficos. Banners tradicionales, flash o Rich Media.

- **Banners tradicionales:** Imágenes en formato jpg o gif (con movimiento limitado).
- **Banners en Flash:** Imágenes con movimiento avanzado.
- **Rich Media:** Se suele decir que todo es posible con este formato. Desde movimiento, integración de videos o creación de formularios de acceso. La mayoría suelen ser desplegables ofreciendo interactividad con el usuario.

- **BUSCADORES**

Enlaces patrocinados formados por texto ubicados en el lateral y en la cabecera de los resultados de una búsqueda concreta. Pero no es solo texto plano ya que los buscadores comienzan a implementar video y otros formatos Rich-Media en su oferta de formatos publicitarios.

- **VIDEO DISPLAY**

Anuncios de video en ubicados antes, en el intermedio o después de otros contenidos de video como noticias, series, películas o cualquier video colgado en redes de video como YouTube. Se convertirá en el formato principal de la publicidad online

- **TEXT-LINK**

Publicidad en formato texto relacionada con el contenido de la web donde se ubica. Podríamos decir que se asemeja a los enlaces patrocinados de los buscadores, pero en este caso la relación es en función del contenido publicado en la página y no con un búsqueda concreta.

- **E-MAIL MARKETING**

Consiste en el envío de mensajes publicitarios a través del e-mail. Los formatos disponibles son múltiples y variados dependiendo de si se realiza como anunciante dentro de un envío de terceros (Por ejemplo newsletter de amazon.com) o como particular (Por ejemplo un envío a los usuarios registrados de mi web).

- **BLOGS-COMUNIDADES**

Impactos publicitarios tradicionales o integrados en los contenidos publicados en estas redes. Es posible desarrollar campañas de formatos tradicionales en categorías de blogs específicas, o dirigir el impacto a un grupo concreto de una comunidad específica.

- **PERIÓDICO ELECTRÓNICO**

Surgen en su fase inicial en 1993 y 1995, cuando un gran número de empresas estadounidenses, tomaron la decisión de aventurarse en la nueva plataforma de Internet y otras opciones digitales. Para muchos periodistas no les sorprende el hecho de que Estados Unidos haya sido el país en donde nace la prensa en línea, puesto que es el país que cuenta con la infraestructura informática empresarial y doméstica más avanzada.

El periódico electrónico se define como un producto interactivo y multimedia. Se vale de diferentes recursos que lo vuelven, un medio multimedia como el texto, la imagen, el video y el sonido. Además, está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso. El periodismo en Internet no solamente se encuentra en

las páginas de periódicos, televisión, radio en Internet, también se encuentra presente en otros sitios que utilizan la web como medio de difusión.

- **BLOGS**

La plataforma de Internet proporciona diversas maneras de comunicación, pero una de las más populares es el denominado blog. Actualmente existen ochenta millones de blogs en el mundo y su uso cada vez es más amplio. Muchos son personales, pero también existen corporativos, empresariales y temáticos. Según weblogssl (2004), los blogs aparecieron a finales de los años 90 y se puede considerar el 2004 como el año de explosión en la Internet anglosajona. No ha sido hasta los últimos meses del 2005 cuando el fenómeno ha eclosionado definitivamente en el mundo hispanohablante.

- **REDES SOCIALES.**

Por otro lado, internet es un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas; que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.

- **MICROBLOGGING**

El Microblogging es una tendencia de sintetizar en 144 caracteres lo que actualmente los usuarios están haciendo. Esta tendencia es parte de la denominada Web 2.0 que promueve el uso de las redes sociales. Bravo (2007) afirma que el Microblogging es una aplicación web que permite insertar mensajes reducidos a modo de posts de un blog, con un límite de alrededor de 144 caracteres el tamaño aproximado de una página de SMS y con una elevada frecuencia de actualización.

- **EL CINE DIGITAL**

El cine digital es aquel que utiliza la tecnología digital para grabar, distribuir y proyectar películas. Generalmente, se caracteriza por la alta resolución de las imágenes, porque prescinde de algunos aspectos asociados a la proyección mecánica de las películas y por las sobresalientes posibilidades de post-producción por medios informáticos. Sin embargo el cine celuloide contiene más resolución e información en el fotograma que el cine digital, sobre todo el matizado del color es más natural y puro y la resolución mayor.

El cine digital se graba utilizando una representación digital del brillo y el color en cada píxel de la imagen, en lugar de quedar fijada por emulsión química en el filme

de celuloide tradicional. La película final puede ser distribuida vía disco duro, DVD o satélite, y puede proyectarse usando un proyector digital en lugar del proyector tradicional.



LOS BENEFICIOS DE LOS MEDIOS DIGITALES

Los medios sociales ponen a disposición de las marcas valiosísimas capacidad que antes resultaban impensables. Si bien es cierto que estas nuevas facultades cambian constantemente de la mano de las nuevas herramientas y soportes que aparecen, hay dos que constituyen la esencia de esta revolución social:

1. ESCUCHAR, es sin duda el más importante beneficio. ¿Las marcas podían escuchar a sus públicos antes de Internet? Claro que sí, pero a través de costosos estudios de mercado que muchas veces tardaban meses en entregar los reportes con los insights buscados. Para entonces, era muy posible que la información recogida hubiera cambiado y perdiera todo su valor. El que una marca pueda ahora saber qué es lo que la gente dice de ella en tiempo real, le permite cambiar sus estrategias como se requiera y enfocar sus esfuerzos en aspectos puntuales para mejorar su reputación, y en algunos casos, sus ingresos.

2. CONVERSAR debe ser la consecuencia natural de escuchar. Esto es algo que muchas marcas aún no han comprendido. Imaginemos la situación en que alguien entrara a una sala llena de gente y, sin saber si quiera de lo que están conversando, empezara a hablar de sí mismo, de sus intereses y cualidades. Es indudable que esta persona causaría una mala imagen de sí misma. En el mundo online sucede exactamente lo mismo. Las marcas tienen la oportunidad de entablar un diálogo directo con sus audiencias, de igual a igual.



LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU IMPORTANCIA EN EL MARKETING



Leandro David. – Contribution Writers. Los medios de comunicación digital han evolucionado y transformado el modelo tradicional de los medios de información impresos. El *marketing* se beneficia de esta nueva transformación.

Actualmente, Internet capta la mayor audiencia y potenciales consumidores de información en el mundo. Los medios de comunicación han ejercido un papel sumamente importante para la publicación de contenidos en la web que atraen la atención de los actores sociales digitales.

Los medios digitales y las aplicaciones móviles han contribuido a enriquecer el gran cúmulo de datos que circulan en Internet; textos, imágenes, videos, animaciones y otras formas, se usan para publicar información publicitaria. Este avance refuerza el marketing de las empresas.

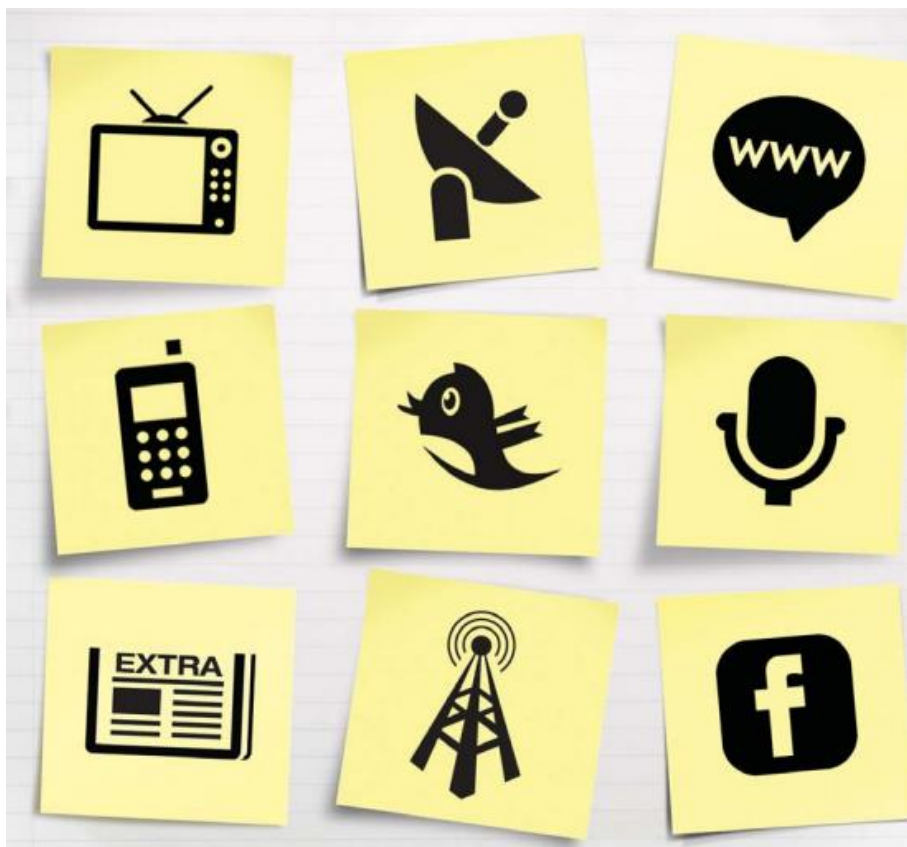
MEDIOS ONLINE EN EL MUNDO

Un estudio realizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), destaca que los medios de informaciones digitales son los más utilizados actualmente por la población mundial, logrando desplazar a la radio, televisión, periódicos y el cine.

El *marketing* se emplea hoy en día para hacer público productos y servicios mediante las páginas de información digital.

“En el contexto de esta nueva Era Digital, se puede apreciar cómo la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determina nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos. Con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación tradicionales. Estos new media, denominados así por su vinculación con sus predecesores no digitales, vienen a ser una redefinición de los medios tradicionales adaptados a la nueva realidad digital”. (Jódar Marín, 2010).

Los medios digitales ofrecen la oportunidad a cualquier comunicador de llevar a cabo el ideal de la comunicación. Por esta razón, el tener un ideal implica ser algo más que un profesional: un comunicador con un objetivo concreto y con ganas de alcanzar más metas.



El Proyecto Los medios digitales analiza en profundidad los cambios del proceso de digitalización y pretende establecer puentes entre investigadores y políticos, tomadores de decisiones, activistas, académicos e instituciones de regulación en todo el mundo. También construye una capacidad política en los países donde está menos desarrollado el proceso de digitalización, alentando a los interesados en estos temas a participar e influir en el cambio. Al mismo tiempo, esta investigación crea un sustento de conocimientos que sientan las bases para el trabajo de incidencia en el espacio público y la creación de capacidades para fomentar el debate.