



XORNADA

Faite Profesional Dixital do Marketing Dixital

Alberto Barreiro (Pontevedra, 1968)

Formación: Licenciado en Belas Artes, Pontevedra.
Máster en Deseño, CSM Londres

- Que fai un experto en Marketing Dixital?

-Explota os medios dixitais para que os negocios consigan os seus obxectivos comerciais. Estes obxectivos son diversos e varían de negocio en negocio, pero en resumo: o experto en Marketing Dixital ten que asegurarse de que a mensaxe comercial lles chega ás audiencias adecuadas do xeito máis eficiente para que esta mensaxe se traduza en tráfico ou "leads" cara ao negocio. Tamén ten que conseguir que o proceso xere unha boa percepción e lealdade cara a marca, para que finalmente todo isto se converta en vendas e sustentabilidade para o negocio, e nunha experiencia memorable e satisfactoria para os seus clientes.

Na contorna dixital, isto supón entender multitude de canles (online e offline) que deben funcionar de xeito ben artellado: Motores de Buscas, SEO, SEM, Online Advertisement, Redes Sociais, Marketing de Contidos, Rich Media, Estratexia de Produto, etc..., apoiado constantemente por un detallado estudo de métricas e analíticas.

- Como chegaches a esta profesión?

-A partir de facer estratexia de produto na miña carreira como Deseñador de Experiencia de Usuario (UX, Service Design e Customer Experience). Nunha boa estratexia dixital, estratexia de negocio, marketing e produto son indistinguibles. Cando deseñas produtos necesitas entender cómo este produto se insire nos procesos de mercado. Un proceso de deseño é xeralmente un proceso de optimización de fluxos de marketing.

- Que oportunidades de futuro representa?

-Marketing Dixital é a disciplina clave do negocio dixital. É unha contorna profesional complexa e cambiante, pero moi necesaria, sobre todo a nivel de estratexia e planificación. Hai escaseza de profesionais cualificados e a demanda está aumentando. É unha profesión de futuro, e, se está ben desenvolvida, ten un gran potencial de remuneración e proxección profesional.

A única diferenza é que Marketing Dixital se chamará Marketing a secas, xa que o dixital se dará por sentado. Ademais, o dixital empapará a contorna física e falarase entón de Marketing en contornas omnicanle. Deste xeito, a disciplina do Marketing e de Experiencia de Cliente fundiranse nunha.



XORNADA

Faite Profesional Dixital do Marketing Dixital

- Que recomendacións lle darías a quen queira orientar o seu futuro laboral cara a esta profesión?

Marketing Dixital require un equilibrio case máximo entre ser creativo e ter unha mentalidade moi analítica. A única maneira que se me ocorre para desenvolver esta habilidade é emprendendo, combinando paixón e creatividade con resultados. Recomendo intentar desenvolver algún proxecto persoal, ou incorporarse a unha start-up, aínda que sexa temporalmente e coa única intención de aprender.

Unha boa estratexia de Marketing Dixital require un coñecemento práctico de multitude de disciplinas e metodoloxías: Estratexia de Negocio, SEO, SEM, Arquitectura da Información, Métricas, Deseño de Experiencia de Usuario, Branding, Comunicación, Tecnoloxía, User Testing, Estratexia de Contidos, Redes Sociais, etc, etc, etc.... Tan só se ten acceso directo a todas esas áreas en organizacións pequenas que necesiten resultados tanxibles.

Manter os ollos abertos a tendencias tampouco está de máis, ao fin e ao cabo nós, como usuarios, como clientes, xa somos parte activa de procesos moi complexos de Marketing Dixital. Se observamos as accións que nós mesmos facemos a diario na Internet arredor das marcas e analizamos os porqués, os incentivos, as interaccións, as conversas, os obxectivos, os fluxos, experimentaremos en primeira persoa as estratexias de Marketing que os grandes expertos están desenvolvendo agora mesmo.