

La utilización de herramientas de investigación en entornos digitales para el posicionamiento de marca y captación de potenciales clientes en el ámbito de la salud privada en Argentina.

- Nicolás Pisani, Joaquín Aguinaga (Coordinador de Cuentas para Argentina de Latinmedios.)
- DNI: 25.021.391
- E-mail: npisani@latinmedios.com.ar
- Palabras clave: investigación de mercado, publicidad digital, captación de clientes, indicadores clave de desempeño
- Latinmedios.com

Resumen

La presente exposición tiene como propósito mostrar a través de un estudio de caso vinculado al mercado de salud privada en Argentina, distintas herramientas de investigación aplicadas entornos digitales, su utilidad y función.

A partir de un diagnóstico elaborado con el propósito de detectar tendencias actuales en el mercado digital, y de un análisis de mercado enfocado en ámbito de la salud privada, sus anunciantes, formatos e inversión, se analizan las necesidades de la marca y se enuncian a través de recomendaciones, las metas a cumplir para fortalecer el *branding* de la compañía y captar potenciales clientes.

Estas metas, tanto cuantitativas como cualitativas, implican por un lado, establecer los indicadores clave de desempeño (KPI's) para la marca y por otro lado, una vez identificados, realizar un seguimiento y optimización de dichos indicadores.

Las principales herramientas que se abordarán son: Google Trends (para la comparación de volúmenes de búsqueda); Search Engine Marketing y Search Engine Optimization (para optimizar la visibilidad en buscadores, tanto de la marca como de los sitios web); Native Ads (anuncios que respetan el formato de la página donde se suben); y Programmatic, (herramienta que permite al anunciante comprar espacios publicitarios por audiencias, según los criterios y las necesidades puntuales de cada campaña) entre otras.