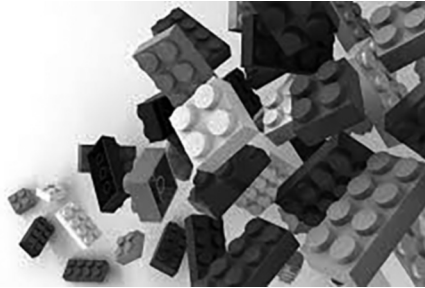


# Cómo construir una marca fuerte en el mundo digital

Recopilado por Amalia Beltrán



**En** un mundo hiperconectado y en el cual existe una oferta exorbitante de productos y servicios, resulta necesario construir una marca sólida que nos permita destacar entre la multitud. La base para cualquier negocio ya sea físico o digital es definir atributos como la identidad de la marca, el catálogo de productos o servicios, mercado meta y el conocimiento de la audiencia, entre otros. En el ámbito digital nos encontramos con un escenario similar en el que el contexto, los usuarios, las necesidades y la competencia misma se encuentran en constante cambio, por lo que es necesario adaptarse a las solicitudes y perfiles de los usuarios y para ello, es importante considerar cuatro grandes pilares con los que es posible lograr la diferenciación y fidelidad que todos los negocios necesitan.

## Desarrollo de un sitio web actualizado y optimizado

Podría sonar muy evidente, sin embargo, muchas marcas no desarrollan un sitio web, o si lo hacen dejan de lado realizar actualizaciones al contenido, proporcionar información adicional sobre sus productos o servicios, ofrecer los métodos de

pago que sus clientes prefieren, dejar claras sus políticas de pago y sus medios de contacto, etc. Es importante que las empresas cuiden su presencia en línea, pues se considera que un sitio web es equiparable a un establecimiento digital, por ello debe estar alineado a la identidad de marca, ser de fácil navegación y entendimiento, atractivo, seguro y con diseño responsivo para visualizarse en cualquier tipo de dispositivo móvil.

## Hacer uso asertivo de las redes sociales de acuerdo con el cliente objetivo

Algunas empresas no hacen uso de las redes sociales como herramienta de comunicación más directa y con gran alcance. No todas funcionan para todas las marcas, por lo que será fundamental comprender en cuáles se encuentra la audiencia meta y determinar el tipo de contenido que le interesa, para determinar la estrategia de comunicación que les ofrezca información relevante, atractiva y bidireccional entre el negocio y sus principales audiencias.

## Elevar la experiencia de usuario

La experiencia del cliente es fundamental para las marcas en línea, en ese sentido hay que evaluar cada parte del proceso en el que se involucra el usuario, desde que visualiza la información, los canales de comunicación utilizados, hasta finalizar el proceso de compra.

Además de trazar un ciclo de compra amigable y sencillo, hay que considerar que cada internauta tiene distintas preferencias, por lo que es relevante ampliar y diversificar los canales de comunicación y los métodos de pago para cada tipo de usuario.

## Propiciar la seguridad de los usuarios

Un componente fundamental en el mundo digital es la seguridad, ya que los usuarios ponen más atención en realizar compras en sitios de marcas que cuenten con procesos y certificaciones para la prevención del fraude y el cuidado de los datos personales. Por ello, una buena práctica de las marcas es compartir los procesos que realizan y el cuidado que tienen con los datos de sus clientes, además de comunicar a través de sus canales oficiales los distintivos, premios y certificaciones que obtienen; esto genera mayor confianza entre los usuarios y

fortalece el vínculo con la marca. La seguridad es una pieza angular para cualquier negocio con presencia en el ámbito digital, pues en un universo en el que confluyen diversas generaciones de usuarios, es necesario proporcionar tranquilidad y certeza, especialmente para aquellos que aún se encuentran en proceso de transición para familiarizarse con este tipo de transacciones digitales. Al centrarse en estos pilares fundamentales y mantenerse ágil frente a los cambios del mercado, los negocios podrán competir por el liderazgo en su industria y cultivar relaciones duraderas con su audiencia digital.

