nebbot
tecnología para las personas

Fusión Marketing para PYMES: cuando 1+1 suman 5

¿Crees que 1+1 suma 2? Si lo miramos desde el lado de las matemáticas la respuesta es un sí. Sin embargo si lo vemos desde el punto de vista de la sinergia de la física la cifra no es la misma ya que según esta materia la suma de dos o más causas es superior a la suma de los efectos individuales. Una simbiosis que el marketing debe aprovechar para hacer que su alcance e impacto sea exponencial. Y justo ahí nace el Fusión Marketing, **un paso más allá que al marketing integrado.**

Este tipo de pensamientos son especialmente **útiles para PYMES** **cuyos presupuestos de marketing son mucho más limitados que grandes corporaciones**, por lo que deben trabajar más por conseguir resultados y optimizar al máximo para céntimo que se invierta.

EFECTO ONDA

Cuándo planificas el lanzamiento de un producto, ¿haces **una estrategia realmente pensada en conseguir el efecto onda de agua y con ello que cada onda sume con la otra?**

A lo que me refiero es que muchas veces lanzamos campañas apoyados en una sola herramienta o con acciones tácticas no integradas en lugar de hacer una planificación simultánea de acciones que unas se superpongan a las otras con el consiguiente efecto piedra en el agua que comentaba y con ello la sinergia y la consecución de mejores resultados.

Juan Merodio, autor de este artículo, es bloguero, conferenciante y consultor internacional en Marketing, Innovación, Management y Transformación digital

Esto que puede parecer algo obvio no siempre se ve y por lo tanto no se aplica. Sin embargo, si queremos aumentar las probabilidades de llegar a este punto, **debemos planificar previamente y con mucho detalle cada una de las acciones** a llevar a cabo, cómo lanzarlas, cuándo, de qué modo, cómo sumará o restará a otras acciones simultáneas… **Si hablamos concretamente de las redes sociales, recuerda que cada plataforma se debe construir sobre otra si queremos rentabilizarlo al máximo.**

FUSION MARKETING Y COO-PETENCIA

Pero el Fusión Marketing va mucho más allá de acciones puntuales. **Es una manera de hacer negocios basada en la "coo-petencia"**, que es la colaboración por partners que aparentemente son tus competidores. ¿Suena raro? **Es una filosofía que llevo practicando más de 10 años con excelentes resultados.**

Para **localizar a tus potenciales competidores complementarios** debes hacer una previa selección ya que no valen todos. Al igual que no todo el mundo puede ser tu cliente, no todo el mundo puede ser tu partner de negocios. Para ello debes hacer coincidir estos factores:

- Una empresa con similares objetivos.
- Que la experiencia de usuario sea parecida.
- Que los valores corporativos estén alineados.
- Que la mentalidad marketiniana sea la misma.
- Que las carencias que tenga uno las supla el otro.
- Creer en la ambición dirigida a través de la paciencia.

EJEMPLO PRÁCTICO

Déjame ponerte un ejemplo. **Vas a lanzar un producto el próximo mes cuyo target son usuarios que tienen perros en la Comunidad de Madrid**, y que para ellos el perro es uno más en la familia. Para conseguir activar el Fusión Marketing, lo primero que debes hacer es realizar un **timing estratégico** de las acciones a realizar, es decir, no se tratar de llegar a mucha gente, sino a la que podría comprar tu producto y por varios canales secuenciales, para generar la sensación de que tu producto está "por todas partes".

Para ello imagínate que el primer día lanzas a primera hora un **email marketing**, y haces que las mismas personas dos horas más tarde les muestre la información cuando navegan por **Facebook o por distintas webs**, y que además la gente que haya entrado en la web de tu producto automáticamente se les muestre otro tipo de información, y que a las 24 horas reciban una **oferta personalizada.**

Complementariamente y usando la "coo-petencia", ú**nete a otras empresas para que tus acciones lleguen también a sus clientes** y todos ganemos. En este caso quizá puedas aliarte con tiendas de mascotas, clínicas veterinarias, marcas de comida para perros…

Por lo tanto **¿te conformas con que 1+1 sea 2 o quieres trabajar porque sea 5? En tus manos están los resultados.**