# H1. Qué es el Marketing Relacional y cómo implementarlo en tu estrategia

# Title. Marketing Relacional: Qué es y cómo implementarlo - iSolated

El marketing ha evolucionado mucho en los últimos años, cambiando la forma que tienen las empresas de relacionarse con su entorno.

Muchos de estos cambios se perciben como positivos por parte de los usuarios, ya que han permitido que los negocios se vean como algo más humano. Sin embargo, con Internet se ha abierto una tendencia centrada en aspectos técnicos como los clics, las impresiones, el CPC o el SEO, lo que ha vuelto más fría esa comunicación.

Por su parte, el marketing relacional ha pasado a ser una **tendencia** basada en volver a los orígenes y en situar a las personas en el centro neurálgico de toda estrategia digital.

## H2. El Marketing Relacional en la era de los dispositivos móviles

Como en cualquier relación comercial, es imprescindible saber cuál es el comportamiento de los usuarios, y uno de los datos más significativos de la actualidad, es que ya son más del 25% los internautas que se conectan sólo a través de dispositivos móviles

Por lo tanto, el **marketing relacional** ha de trabajar de acuerdo a esta situación para llegar al máximo volumen de usuarios.

### H3. Definición de Marketing Relacional

El marketing relacional es aquel que pretende unificar en una misma estrategia el servicio al cliente, la calidad y el marketing, dado que su objetivo es establecer relaciones provechosas tanto para la empresa como para el cliente (win-win), dejando que sean los usuarios los protagonistas.

Este tipo de estrategia, ya no se centra únicamente en la información (como el marketing de contenidos), o en los beneficios obtenidos en el corto plazo (como el marketing tradicional); crea **relaciones duraderas** y profundas que a la larga generan sus frutos.

### H3. Beneficios del Marketing Relacional

Cuando una empresa opta por este tipo de estrategia, no se centra en la fidelización de los usuarios, sino que deja que las relaciones lleven su propio camino, sin forzar ninguna de las etapas.

Es un tipo de marketing aporta sus frutos a largo plazo, pero sin duda presenta beneficios a nivel empresarial:

* **Humaniza a las marcas:** Por lo tanto, los usuarios se muestran más cómodos ante estas relaciones y no perciben la comunicación como publicidad intrusiva.
* **Aporta experiencia:** Al tratarse de estrategias a largo plazo, permiten conocer bien cómo son las relaciones formadas, aprendiendo en todo momento de las diferentes situaciones.
* **Retroalimentación:** La marca aporta valores de calidad a los usuarios, y estos aportan información valiosa con la que la empresa puede crecer y mejorar.
* **Más oportunidades de contacto:** Al ser una relación sólida y duradera, los momentos en que convergen la marca y los usuarios son muchos más.

## H2. Consejos para implementar el Marketing Relacional

Los usuarios pasan gran parte del día consultando información y atendiendo sus perfiles sociales desde su smartphone y/o tablet. Además, sabemos que los utilizan en casa, en el trabajo, o en espacios de ocio.

Para establecer estrategias de marketing relacionar, debes:

* **Adaptar tu web:** Adapta tu página web a todos los dispositivos que utilizan hoy en día los usuarios.
* **Generar presencia en redes sociales:** Haz visible a tu marca en los canales online que más visitan los usuarios. Es decir, en las redes sociales.
* **Potenciar el SEM en las horas puntas:** Si vas a anunciarte con campañas online, debes analizar el comportamiento de los usuarios para que aparezcan tus mensajes cuando estén realmente activos.
* **Crear contenido consumible en cualquier momento y lugar:** Según el sector y la época del año, podemos esperar que los usuarios esperen diferente tipo de contenido.
* **Ofrecer una experiencia multipantalla:** No te limites al sitio web, desarrollar una aplicación y generar comunicación a través de email, son dos buenas formas de llegar a los usuarios más asiduos al dispositivo móvil.

El marketing relacional gira en torno a las personas, y estas han introducido los **dispositivos móviles** en su día a día. Por lo tanto, la mejor forma de acortar distancias con los usuarios es estando presentes en estos dispositivos, ¿no crees?