

## Marketing del futuro

Los impactos de internet en una gran cantidad de decisiones de marketing depende de qué mercado, cuáles son las características del producto y de cómo se decide la compra. Por eso las empresas adaptan su nuevo escaparate en la red de acuerdo con sus características propias y facilitan a un gran número de potenciales clientes el acceso a su información relevante, ya sean productos o servicios.

**Si usted sabe aprovechar las ventajas de internet podrá captar clientes y retenerlos y mantenerlos de forma continua, para lo que hace falta un alto índice de proactividad y tacto.** Los clientes de internet son muy escépticos y también inestables por naturaleza: pueden cambiar de proveedor las veces que haga falta y sin ningún problema al no generarse ninguna vinculación directa.

De ahí la necesidad de información del cliente de saber quién es quién, cómo trabajan, foros, blogs, etc. manteniendo una comunicación continua.

El enfoque del marketing muestra las cualidades de un producto o un servicio, pero **lo más importante es generar y mantener las relaciones entre las personas**, otorgándoles el máximo valor y manteniéndolas vivas con las nuevas técnicas de marketing.

El esfuerzo se ha trasladado de lugar: el futuro está en la red y con ella surge una nueva filosofía que respeta a sus clientes, que actúa siempre creando actuaciones, que interesa con nuevos mensajes, que orienta con conocimientos y los comparte.