**El marketing digital: el camino hacia la renovación de muebles Bergere**

Cantillo Cuadros Angela María, González Ruiz Sergio Andrés

Universidad del Atlántico

**Resumen**

*El marketing digital : el camino hacia la renovación de muebles Bergere , es un proyecto que busca la innovación bajo la deconstrucción de los procesos mediante los cuales se ha realizado la comercialización de los bienes o servicios que presta la mueblería y a su vez realizar una construcción que de cuenta de una mayor efectividad en la interacción con los actuales clientes y los potenciales consumidores del bien o servicio que presta muebles bergere en tiempos pospandémicos, todo esto bajo la creación e implementación de un plan de marketing digital .*

***Palabras clave:***innovación, pandemia Covid 19, diseño, marketing digital

**Introducción**

El mundo ha sido trastocado por una pandemia, la cual se conoce de forma directa como La Covid- 19 quien ha generado una debacle en lo respectivo al entorno político, social y económico; lo que generó una desestabilización de orden global, provocando así el cierre de empresas de primer, segundo y tercer sector. La industria del mueble no ha estado excepta de dicho flagelo, ya que a pesar de sostener un crecimiento del 0,6 por ciento en su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) en el 2019 según el DANE, también es cierto que para las fechas del 2020 La Asociación de la Madera de Euskadi implemento una encuesta entre los subsectores que la conforman y se mostraron resultados de una baja de 11,5% en los pedidos y facturación a las previstas por los productores de estos bienes. Dadas las condiciones en las cual se encuentra , contexto generado tras la pandemia del Covid-19, se ha dado a conocer que el camino hacia la permanencia en el mercado, es la innovación y el crecimiento, así como también el uso del marketing digital, puesto que, ya no basta solamente con generar una venta, sino ir más allá, como señala Kotler P. (2002) “En este punto se trata de comprender que conocer al cliente es mucho más que encontrar una persona interesada en tu producto (…) Es entender que la gente se encuentra en un mundo inestable y con problemáticas económicas y ecológicas que es preciso subsanar” indicando que la relación entre muebles Berger con el cliente debe ir más allá, generar un beneficio ligado no solamente con los diseño llamativos y coloridos sino realmente subsanar aquellas necesidades de comodidad al momento de adquirir un mueble. Desde dos aspectos fundamentales como lo son: el nicho de mercado y los diseños de los productos, se relaciona a lo primero según Gómez D. (2014) “son grupos de personas que comparten características similares, a los cuales puede ofrecer su producto o servicio de manera específica porque sabe que tienen exactamente la necesidad que usted o su negocio resuelven” demostrando que la especialización en un mercado permite satisfacer las necesidades de un público en específico.

**2. Metodología**

Percatados de que el modo tradicional de realizar las ventas y la publicidad ya no es el mismo puesto que el perfil de los clientes está en un constante cambio hacia la búsqueda activa de información sobre lo que quieren comprar y la participación offline ha quedado a un lado, mientras que el mundo online ha tomado mucha más fuerza. He aquí la importancia del marketing digital, puesto que con el advenimiento de la pandemia Covid-19 ha tenido un papel fundamental en la interacción empresa-cliente, ya que como lo menciona Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2013, p. 19-20) como se citó en Suárez (2018) el marketing digital se crea en la actual época de la información con el uso de las TIC`s, generando documentación de cada uno de los productos que el consumidor desea comprar. Indicando que el uso de los medios digitales como páginas webs y redes sociales posibilita la comunicación con un mayor número de personas. Por otro lado se tiene en cuenta que la información es la fuente principal de todas las organizaciones para mantenerse a la vanguardia de todos los cambios que suceden tanto en el mercado (competidores) como en los gustos o necesidades que poseen los clientes, es por ello que gracias a la era digital y la creación de las bases de datos o CRM (Costumer Relationship Management)

Otro de los factores a mencionar se trata de que la sociedad es participe de una economía electrónica en el que la compra y pago de los productos y por ende las transacciones económicas son mucho más eficiente, esto debido a que las páginas webs y las redes sociales; Whatsapp Business, Instagram y Facebook permiten entrar en los denominados e-commerce

Dado a que el enfoque de las empresas en torno a su actividad comercial ha cambiado hacia la atención de las necesidades del consumidor más allá de solo efectuar una venta sino brindar una atención completamente personalizada en la cual se cree una relación de fidelidad y se dé un servicio de posventa que demuestre la importancia del cliente para la empresa. Los beneficios de la aplicación del Marketing digital generan una interacción 24/7 en la que la disponibilidad y visibilidad de los productos es de tiempo completo para el cliente, permitiendo generar un mayor número de ventas o visitas en el sitio web.

**3. Resultados**

Los resultados de la investigación dan muestra que muebles Bergere debe estar a la vanguardia del contexto en el cual se está desarrollando, si bien es cierto la estructura de comercialización instaurada en sus inicios dieron resultados positivos en cuanto a posicionamiento, en la actualidad se ha quedado corta, ya que la reestructuración y nuevo enfoque del entorno nos marcan una línea de interacción socio-económica donde el espacio tiempo estén acotados y esto solo puede conseguirse a través de los medios digitales; es por ello que se sugiere la creación e implementación de un plan de marketing digital

**4. Conclusiones o Discusión**

El ser humano por naturaleza es cambiante y así mismo todos los procesos en los cuales está inmerso, es por esto que la dinámica en los sectores político, sociales y económicos deben ir de la mano de dicho cambio. Lo anterior, insta a realizar continuos cambios de la mano de una lectura objetiva del contexto en el cual se desarrolla y es aquí donde la creación e implementación de nuevas herramientas digitales marcaran la diferencia.

**Referencias**

Primera cita: Suárez, T. (2018). *Evolución del marketing 1.0 al 4.0, Redmarka. Revista de Marketing Aplicado, vol 01, núm. 022, 209-227*. <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>

Segunda cita: Valle, T. (2015). *Estrategias para el uso de una CRM.* <https://books.google.com.co/books?id=0WjOCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+son+los+crm+segun+autores&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20son%20los%20crm%20segun%20autores&f=false>

Tercera: Reyes, E. (2021). *¿Qué es el comercio electrónico?.* [*https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-el-comercio-electronico/*](https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-el-comercio-electronico/)