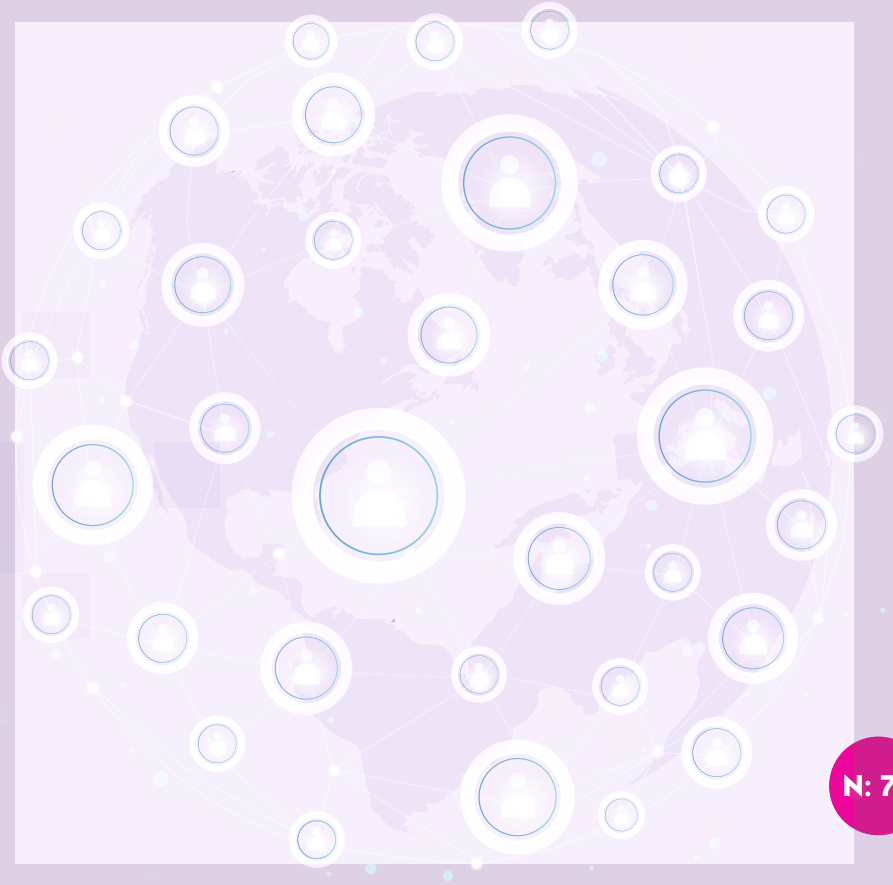
ESTUDIO MARKETING DIGITAL EN LA NUEVA NORMALIDAD

INVERSIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LAS POWER DIGITAL BRANDS

MAYO 2022

Ekos

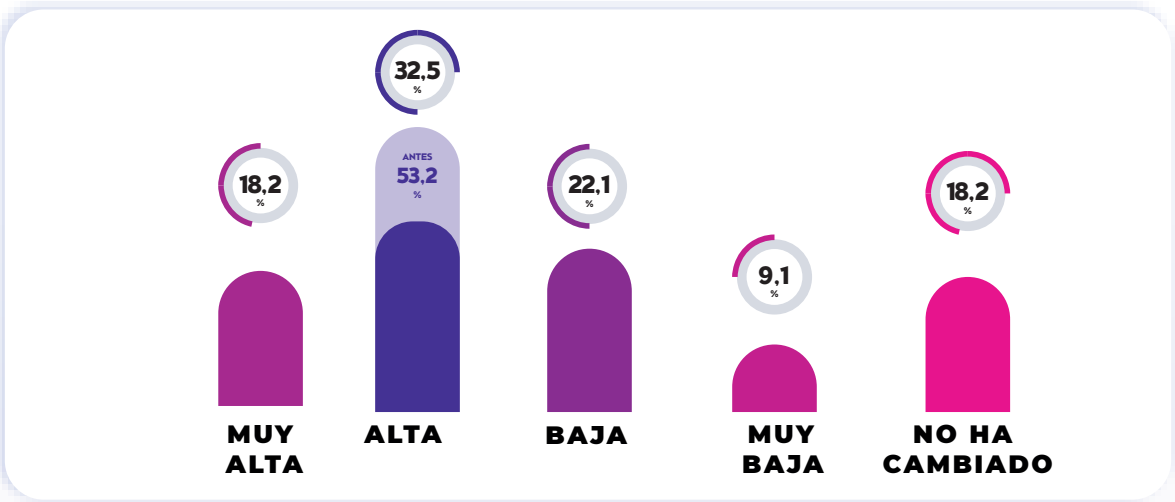
POWER DIGITAL BRANDS



N: 78

Ekos

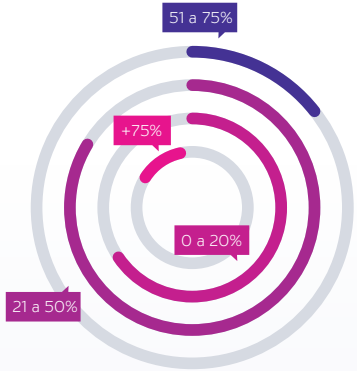
¿CÓMO HA SIDO LA CONVERSIÓN DE INVERSIÓN EN MARKETING OFFLINE VS ONLINE EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS?



N: 77

Ekos

¿DE SU PRESUPUESTO DE MARKETING EN 2022, QUÉ VALOR ESTÁ DESTINANDO A MARKETING DIGITAL?



0 a 20%	**34,6%**
21 a 50%	**42,3%**
51 a 75%	**16,7%**
+75%	**6,4%**

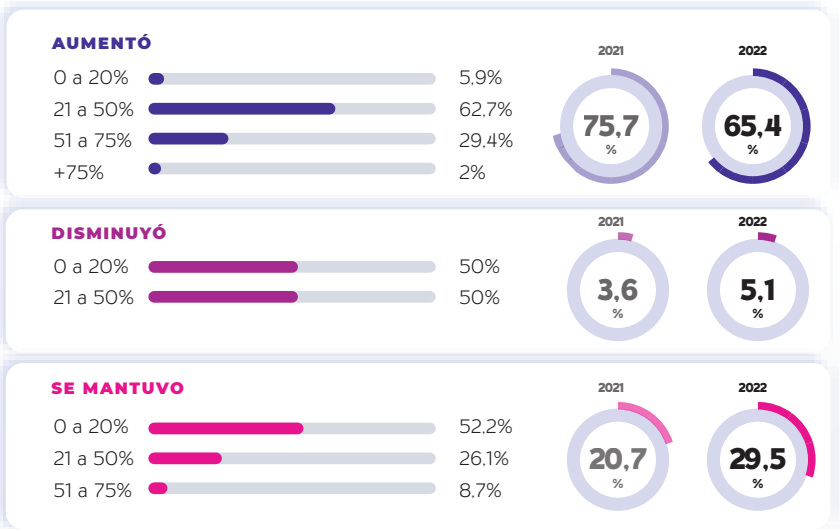
N: 78

Ekos

CON RESPECTO A 2021, SU PRESUPUESTO EN MARKETING DIGITAL:

POWER DIGITAL BRANDS

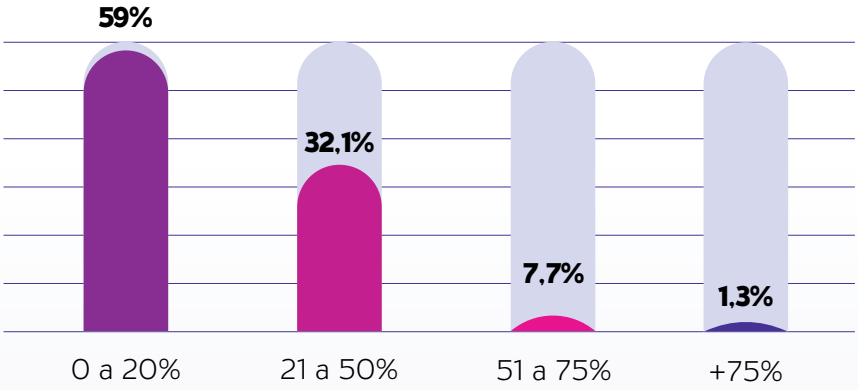
CUÁNTO (%)



N: 78

Ekos

¿EN QUÉ PORCENTAJE CONSIDERA QUE AUMENTARÁ SU PRESUPUESTO EN MARKETING DIGITAL EN 2023?



N: 78

Ekos

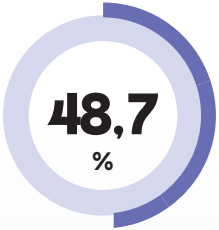
¿QUÉ CARGOS HA CONTRATADO QUE TRABAJEN EN MARKETING DIGITAL?



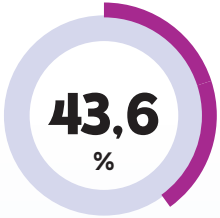
N: 76

¿CUÁL ES SU VISIÓN SOBRE EL ALCANCE ORGÁNICO VS EL PAGADO EN LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL?

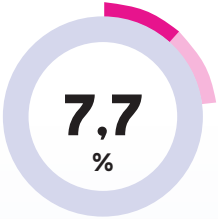
POWER DIGITAL BRANDS



LOS CONSIDERO EQUIVALENTES



LE APUESTO MÁS AL ALCANCE PAGADO



LE APUESTO MÁS AL ALCANCE ORGÁNICO

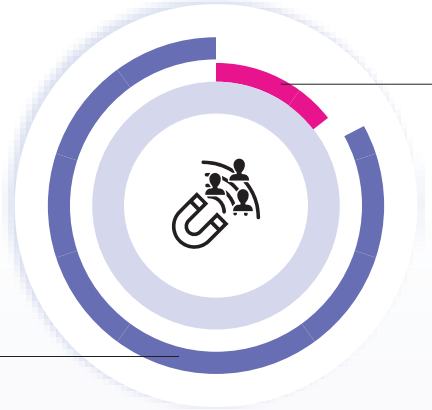
N: 78

Ekos

¿REALIZA CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES Y BUSCADORES PARA GENERAR LEADS DE VENTAS?

POWER DIGITAL BRANDS

SI
84,6%



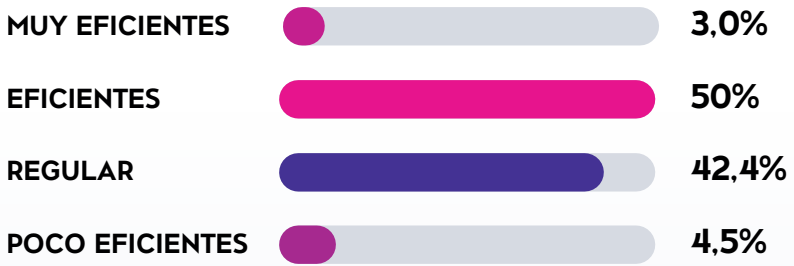
NO
15,4%

N: 78

Ekos

SI SU RESPUESTA FUE SI,

¿QUÉ TAN EFICIENTES SON LOS LEADS DE VENTAS CONSEGUIDOS?



N: 66

¿CÓMO SE COMPONE SU INVERSIÓN EN CADA RED SOCIAL?

CALIFIQUE DEL 1 AL 5,
1 SIENDO MENOS MONTO Y 5 MAYOR MONTO.

POWER DIGITAL BRANDS

	Facebook / Instagram	Linkedin	Twitter	Google Ads / Display	Pauta digital en medios digitales externos
1 Menos monto	5.1%	49.3%	66.1%	10.4%	8.2%
2	2.6%	20.9%	15.3%	5.2%	12.3%
3	7.7%	16.4%	13.6%	31.2%	31.5%
4	33.3%	6.0%	5.1%	36.4%	31.5%
5 Más monto	51.3%	7.5%	0,0%	16.9%	16.4%

N: 77

¿QUÉ TIPO DE RESULTADOS DIRÍA USTED QUE HAN TENIDO ESTAS CAMPAÑAS EN SU NEGOCIO?



N: 78

¿VA A AUMENTAR SU INVERSIÓN EN SEGURIDAD INFORMÁTICA?

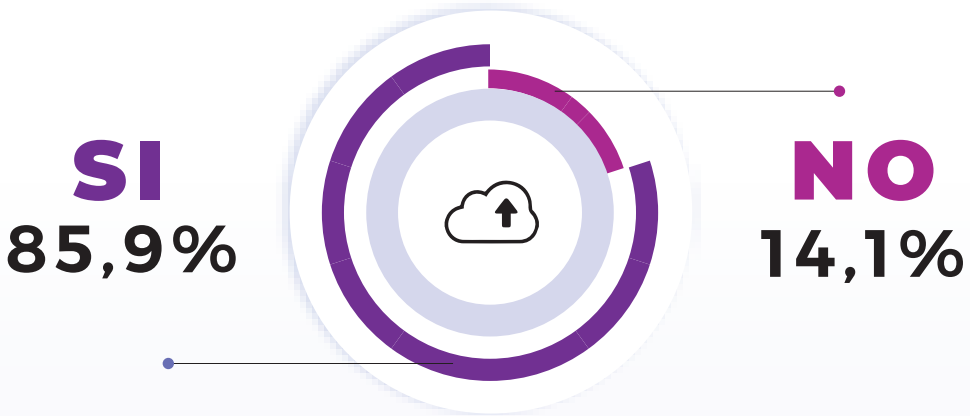
POWER DIGITAL BRANDS



N: 78

Ekos

¿TIENE SUS DATOS E INFORMACIÓN ALMACENADOS EN LA NUBE?



N: 78

¿SIENTE MÁS INCERTIDUMBRE DE QUE HACKEEN SUS CUENTAS?

POWER DIGITAL BRANDS

SI
48,7%



NO
51,3%

N: 78

Ekos

¿TIENE PROCEDIMIENTOS PARA SER MÁS SOSTENIBLE EN EL ALMACENAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LA NUBE?

POWER DIGITAL BRANDS

SI
66,7%



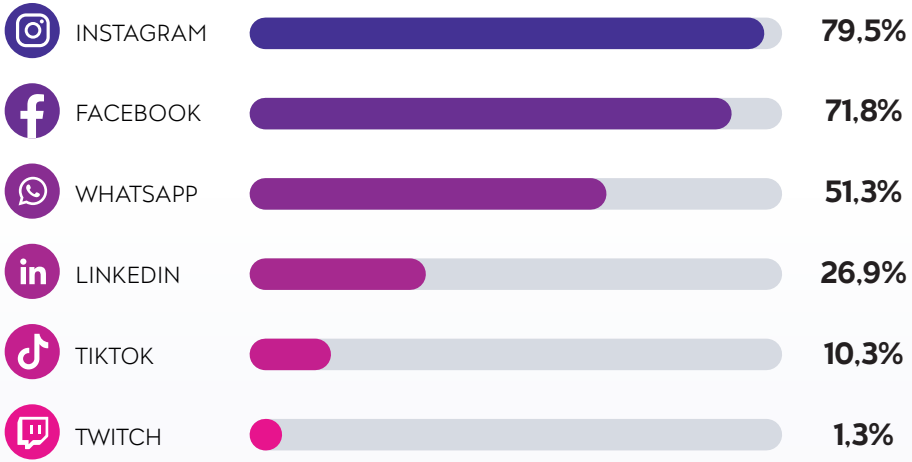
NO
33,3%

N: 77

Ekos

¿CUÁLES SON LAS REDES SOCIALES QUE MÁS USA? SELECCIONE LAS 2 PRINCIPALES EN ORDEN DE IMPORTANCIA.

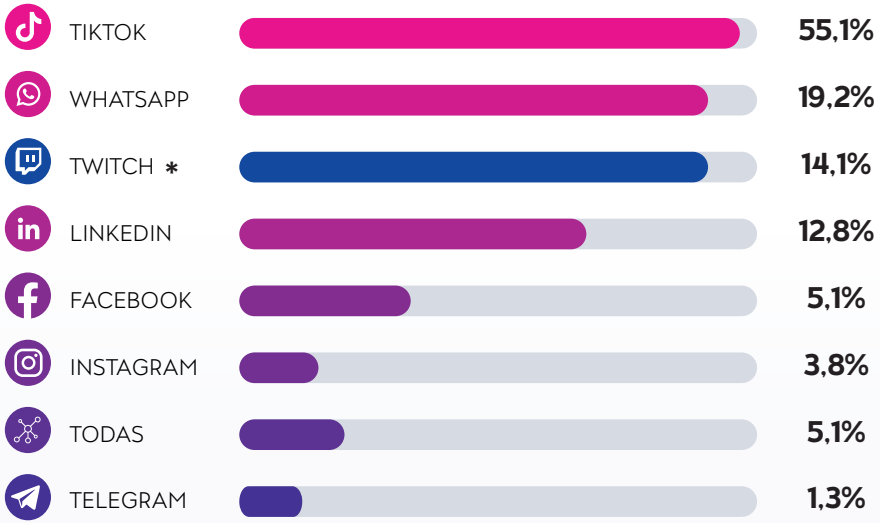
POWER DIGITAL BRANDS



N: 78

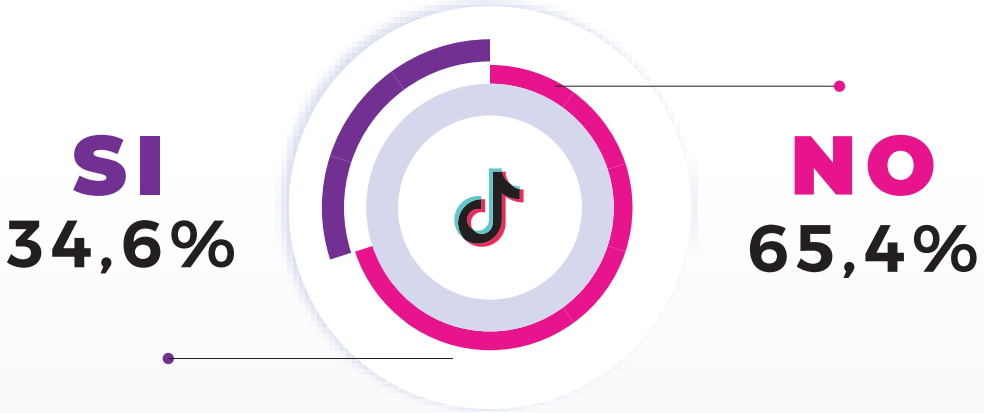
Ekos

¿QUÉ REDES O PLATAFORMAS PIENSA ABRIR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?



N: 78

¿REALIZA CAMPAÑAS EN TIK TOK CON SU MARCA?

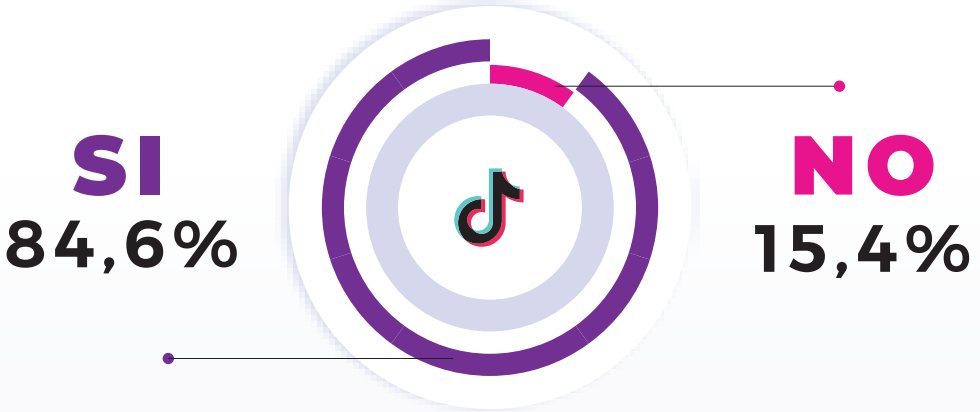


N: 78

Ekos

¿VA A USAR TIK TOK EN LOS PROXIMOS 2 AÑOS DENTRO DE SU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL?

POWER DIGITAL BRANDS

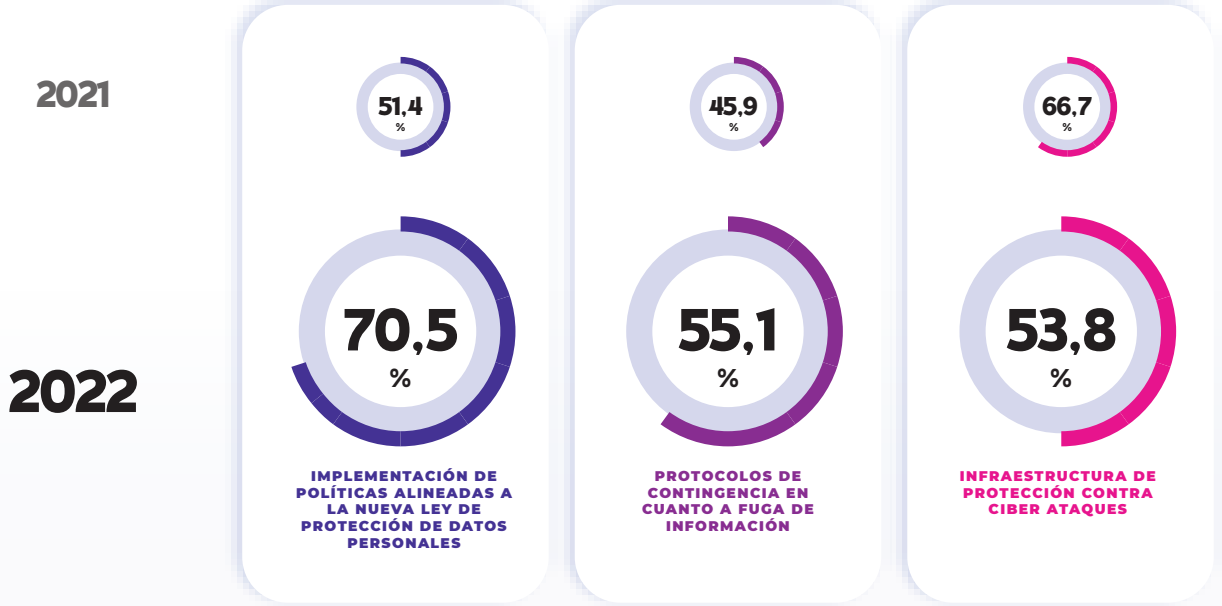


N: 78

Ekos

¿QUÉ ESTÁN HACIENDO EN TEMAS DE SEGURIDAD DE DATOS?

POWER DIGITAL BRANDS



N: 78

Ekos

¿HA REALIZADO INVERSIÓN EN PLATAFORMA DE E-COMMERCE?



N: 78

Ekos

¿TRABAJA CON INFLUENCERS?

SI
62,8%



NO
37,2%

N: 78

¡MUCHAS GRACIAS!

WWW.EKOSNEGOCIOS.COM

Ekos