

El marketing digital como herramienta de publicidad en la clínica Masquelier de la ciudad de Asunción, año 2021.

Bella Luz Medina Peralta
Maricela Beatriz González Vouga
Tutor: Hugo Jara Rodríguez

RESUMEN

El tema del trabajo fue el marketing digital como herramienta de publicidad en la clínica Masquelier de la ciudad de asunción, año 2021. Por lo expuesto se formuló como objetivo general del presente trabajo de investigación proponer estrategias de Marketing digital para promover la publicidad en la Clínica Masquelier de la ciudad de Asunción, año 2021; por tanto tras la aplicación del estudio de campo se logró desarrollar los objetivos planteados en la investigación, en cuanto a la metodología aplicada fue con enfoque mixto, el tipo de investigación fue la básica, con nivel descriptivo, tomando como población objeto de estudios a los clientes de la clínica Masquelier. Los principales resultados arrojaron que para la mayoría de las personas encuestadas la clínica si ofrece herramientas virtuales, pero que necesitan ser fortalecido para lograr el impacto que debe tener la aplicación del marketing digital, por otro lado lo que respecta a la interactividad se constató que la misma no satisface a la gran parte de los clientes, siendo otra de las debilidades que presenta en la actualidad, en cuanto a las notificaciones es otra de las falencias, no cubriendo las expectativas en el mercado de los clientes, es por lo tanto, que para lograr efectos positivos, se deberá fortalecer los medios digitales y proponer acciones como la mejora en la página web, la inclusión de las tele consultas, con dichas herramientas se lograra aumentar las ventas, alcanzando a mayor cantidad de clientes en menor tiempo. Por todo lo expuesto anteriormente se comprobó la hipótesis de que “Las estrategias de Marketing digital promueven el posicionamiento en la Clínica Masquelier de la Ciudad de Asunción, año 2021”.

Palabras Clave: marketing digital, publicidad, herramienta

Digital marketing as an advertising tool in the Masquelier Clinic in the city of Asunción, year 2021.

ABSTRACT

The topic of the work was digital marketing as an advertising tool in the Masquelier Clinic in the city of Asunción, 2021. Based on this, the general objective of the research was to propose digital marketing strategies to promote advertising at the Masquelier Clinic in the city of Asunción, 2021. Following the application of the field study, the objectives outlined in the research were achieved. Regarding the applied methodology, a mixed approach was used. The type of research was basic, with a descriptive level, and the study population consisted of clients of the Masquelier Clinic. The main results indicated that, for most respondents, the clinic does provide virtual tools, but these need strengthening to achieve the desired impact of digital marketing. In terms of interactivity, it was found that it does not satisfy the majority of clients, representing another weakness. Notifications were also identified as a shortcoming, failing to meet client expectations in the market. To achieve positive results, digital media must be strengthened, and actions such as improving the website and incorporating teleconsultations should be implemented. These measures would help increase sales and reach a larger number of clients in less time. Based on the above, the hypothesis that "Digital marketing strategies promote the positioning of the Masquelier Clinic in the city of Asunción, 2021" was confirmed.

Keywords: digital marketing, advertising, tool

Marketing digital herramienta ramo publicidad-pe, Masquelier Clínica táva Asunción-me, arýpe 2021.

MOMBYKY

Ko tembiapo ojehecharamo mba'éichapa oipuru marketing digital Masquelier Clínica-pe, táva Asunción-me, arýpe 2021. Oñemohenduka upevarã objetivo general ramo ñemomarandu estrategia marketing digital rehegua oipytyvõ haġua publicidad Masquelier Clínica-pe, táva Asunción-me, arýpe 2021. Ojejapo rire pe estudio de campo, oñemotenonde umi objetivo oñembohérava ko investigación-pe. Ñemoarandu metodología rehegua, ojepuru enfoque mixto, pe tipo de investigación katu oñemoñe'ẽ porãve ñepyrũha ramo, ha pe nivel katu ojehecha descriptivo ramo, oipuruvéva hikuái pe población estudio-pe Clínica Masquelier remikotevẽme. Umi resultado principal ohechauka mayoría ojehechakuaa ha'eha, pe clínica oipuruha herramientas virtuales, hákatu tekotevẽ omombarete umi mba'e ojejapóva marketing digital-pe ġuarã. Ojehecha avei peteĩ jehecharamo'ỹ umi cliente-kuéra interactividad rehegua, upehaguére, ojeheja peteĩ ñepytyvõ ñemombaretekuaa rehegua. Notificaciones rehehápe avei ojehecha tapicha-kuéra ndaikatuiha oñemoñe'ẽ mba'éichapa oikotevẽ mercado-pe cliente-kuéra rehegua. Ojejapóvo umi mba'e digital ha estrategia pyahu, oñembopyahu website ha avei teleconsultas rehegua, oñemoñe'ẽ porãva'erã venta ha avei cliente-kuéra oġuahẽmba kuaave haġua pya'eve. Umi mba'e ojehechahápe, oñemoneĩ pe hipótesis he'íva: "Marketing digital estrategia-kuéra oipytyvõ pe posicionamiento Masquelier Clínica-pe, táva Asunción-me, arýpe 2021."

Ñe'ẽ clave-kuéra: marketing digital, publicidad, herramienta