

‘El marketing impreso seguirá siendo clave en 2019’, afirman en ImprentaMadrid

Está en boca de todos que el marketing digital ha explotado y el marketing offline cada vez sufre un mayor declive. Y si bien en parte esta afirmación es totalmente cierta, los expertos de ImprentaMadrid mantienen que la impresión como estrategia de marketing no está muerta ni mucho menos

‘Los expertos que defienden que la impresión está muerta y se enfocan exclusivamente en el marketing digital están realmente ofreciendo un mal servicio. Irónicamente, en parte debido al auge del marketing digital, la impresión se ha convertido en una forma novedosa y muy efectiva de conectar con una audiencia objetivo. Eso sí, siempre y cuando se combine con otras estrategias de marketing digital que tengan sinergia con nuestros esfuerzos en marketing offline’, mantienen en ImprentaMadrid.

Los periódicos ya no son la piedra angular del marketing. Tampoco lo es la televisión. Las personas tienen más opciones de recibir noticias y entretenerse que nunca, y miles de formas de consumir ese contenido. Y en este contexto, la impresión, el elemento básico del marketing de contenidos a la antigua usanza, rompe con esta avalancha constante de publicidad digital para ofrecer al cliente potencial una forma sencilla y directa de conseguir lo que busca.

‘En Estados Unidos, el gasto en publicidad digital es ya mayor que el que corresponde a anuncios en televisión. No obstante, y dentro de este panorama en el que marketing digital es el rey, el resto de canales de promoción no han perdido del todo su relevancia. O al menos, no los que se han transformado para convertirse en un complemento ideal de los esfuerzos en publicidad digital’, explican.

No obstante, y en el caso del marketing impreso en concreto, es importante destacar que a medida que aumenta el dominio de lo digital las personas tienden a percibir la publicidad impresa como un medio más único, exclusivo y real de acceder a los productos o servicios que necesitan.

‘Destacar en el plano digital, con tantísima oferta y contenido disponible, puede ser un desafío. A diario nuestro cerebro recibe, consciente o inconscientemente, cientos de anuncios ubicados en el plano digital. Pero ¿cuántos flyers te entregan cada día? De esos cientos de anuncios, puede que te fijes en dos, tres o cinco. Pero si sólo recibes un flyer cada semana o incluso cada mes, lo normal es que como mínimo nos molestemos en echar un rápido vistazo a ver qué ofrece. Y esta es la realidad’, afirman.

Y según los expertos de ImprentaMadrid, por lo que parece este nuevo año 2019 cobrarán especial importancia las estrategias de marketing híbrido, en las que marketing impreso tenga un papel fundamental en el éxito de las campañas de publicidad digital.

Datos de contacto:

ImprentaMadrid

<https://imprentamadrid.com>

910 015 455

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>