

¿Por qué **PUBLICITAR** tu negocio?



MGA
NEGOCIOS

Publicitar tu negocio

**¿Cómo publicitarse en internet y cuáles son sus beneficios?
¿Cómo ayuda a los negocios locales publicitarse en internet?
¿Cómo llegar a nuestra audiencia? ¿Cómo medir resultados?**

Estas y otras preguntas similares son las que se hacen a menudo las empresas y emprendedores que quieren comenzar a tener presencia online.

Eso es porque ya nadie pone en duda **la importancia que tiene hoy en día estar en internet**: los consumidores buscan información de un producto, comparan servicios y opiniones, etc., hasta que finalmente recopilan la suficiente información para tomar una decisión sobre su consulta.

En ese lapso de tiempo entre que les surge una necesidad y toman una decisión, pueden pasar horas, días, semanas o incluso meses, **pero lo que está claro es que, el 80% de las veces si no lo hubieran encontrado por internet, tal vez nunca lo habrían conocido** y por tanto esa empresa habría perdido un potencial cliente.

¡Es esto mismo lo que pasa con tu negocio!

MGA NEGOCIOS

Seguramente te está pasando que ahora que tienes una página en la web, Facebook o Instagram por ejemplo, **te das cuenta de que no es suficiente y no te están llegando clientes** tal y como esperabas.

Claro, amigo(a), es que te falta un punto importante: “**darte a conocer**”.

Un negocio no se levanta de la nada, igual que inviertes en hacerlo realidad, **debes invertir en publicitarlo**.

Y hoy en día, la publicidad no es una inversión sólo al alcance de grandes empresas: gracias a Internet y las redes sociales, tenemos un **sinfín de posibilidades para que llegar nuestro público objetivo con pequeñas inversiones fácilmente escalables según nuestro presupuesto** y el retorno de la inversión realizada.



LA CLAVE ES... SABER HACERLO

MGA NEGOCIOS

A continuación te indicamos motivos reales y tangibles del por qué es necesario invertir en publicidad online y medios digitales.

- Branding de marca y propuesta de valor única:

Llegar a tu cliente potencial, **generar recuerdo de marca**, y darte a conocer, es indispensable para cualquier negocio.

Deberás tener clara tu estrategia de branding y tu objetivo: Que te conozcan nuevos clientes, fidelizar los que ya tienes, dar a conocer nuevos servicios, etc. Pero nunca olvides que en Internet es más difícil generar confianza en el consumidor, por eso tu estrategia debe ser constante y cercana.

No debes vender tu marca y producto como lo mejor del mercado, **sino tener una propuesta única de venta que describa los beneficios de consumir tu producto o servicio** y que me valga a mí como cliente para decidirme por tu marca.

Por ejemplo: Si estás buscando comprar una polera personalizada con una imagen tuya, ¿qué frase en el aviso te llamaría más la atención?

¿La que no te da ninguna información extra o la que te habla de la calidad de la camiseta, de la impresión y del tiempo de entrega?

Pues esa propuesta de valor única será tu sello de identidad que te ayudará al posicionamiento de tu marca.

2. Cobertura local y segmentación de público

Dependiendo de qué estás vendiendo, tendrás que **segmentar más o menos tu rango de acción** y valorar hacia quien te quieres dirigir.

Por ejemplo: Tienes un negocio de librería. En este caso, deberás dirigir tu publicidad a un público en un radio de 5 a 10 km. No tiene sentido que llegues a personas que están en otra localidad, puesto que tendrán librerías más cercanas.

Sin embargo, si tu negocio es de librería y además libros de texto y haces envíos a domicilio en 24 horas, entonces no te interesaría limitar tanto tu publicidad porque puede haber clientes interesados en ciertos libros que no estén disponibles en la ciudad, por ejemplo.

3. Afinidad de público

A través de la publicidad en medios digitales, ya sea publicidad en búsquedas, anuncios de display o redes sociales, puedes **dirigir tus anuncios a target afines a la actividad de tu negocio**.

Si tienes un negocio de artículos para bebés y por delante de tu local solo pasan jóvenes camino del instituto, es muy probable que no estén interesados en tu producto por tanto, **necesitas un «escaparate digital»** que te haga llegar a personas (mayormente

MGA NEGOCIOS

mujeres) de entre 28 y 40 años con intereses en redes sociales dedicadas al embarazo y bebés o que realicen búsquedas y visualicen webs, portales, revistas y videos relacionado con estas palabras.

4. Interactividad y creatividad.

La creatividad no tiene límites, y cuando algo es creativo, genera interés e interactividad, así que pon a volar tu imaginación y **desarrolla experiencias personalizadas para tu público**. Ten por seguro que dará sus frutos.

Y lo último y no por ello lo menos importante:

5. Seguimiento y análisis

Todo lo que hagamos de publicidad en internet es medible.

Podemos conocer las visitas que ha tenido el último video que subimos, comentarios positivos y negativos, si han clikeado en nuestra web tras ver el video, cuantos han iniciado un carrito de la compra o nos han localizado en google maps, etc.

MGA NEGOCIOS

Para hacer un análisis de cada acción a medir, disponemos unos **indicadores que nos dirán si la campaña ha sido rentable o no de forma objetiva**. Además, podremos comparar unas campañas con otras para ver cuáles son más rentables y cuáles pueden mejorarse.



EN RESUMEN:

La publicidad en Internet te ofrece cientos de posibilidades diferentes de conectar con tu audiencia, tan sólo tienes que escoger las adecuadas para tu caso particular.

Si necesitas este y otros medios para publicitar tu negocio y subir las ventas...

En MGA Negocios E Inversiones ¡podemos ayudarte!

Comunícate al +56 9 6487 4469