4 formas de ahorrar dinero en tu marketing de empresa

Actualidad España | 25/06/2020



Es increíble lo que aumenta el nivel de confianza cuando vemos testimonios de otros consumidores

Es posible que la crisis desatada con el COVID-19 haya reducido tu ventas, y ahora te estás replanteando cuánto presupuesto puedes destinar al marketing. En este momento la clave es: ser pragmáticos e ingeniosos.

Para empezar, estudia todos los canales que marketing que estás usando, enfócate en los que te dan mejores resultados y optimiza tus campañas en ellos. ¿Cómo? Aquí te dejamos algunas estrategias que puedes combinar o apostar por la que sea más viable poner en marcha ahora.

Aprovecha los comentarios

Es increíble lo que aumenta el nivel de confianza cuando vemos testimonios de otros consumidores.

Ya que el tiempo que pasamos en internet ha aumentado exponencialmente en estos meses, aprovecha y pídeles a tus clientes que dejen comentarios sobre tu producto o servicio en las redes sociales o en la página web de tu negocio.

Con esto no solo aumentan el número de referencias que avalan tu producto, también aumentan las referencias de tu marca dentro de los buscadores.

Usa las nuevas funciones de Instagram

El año pasado la gran estrella fueron las “stories” que permiten colocar tu producto o servicio en un vitrina interactiva de gran alcance.

Y aunque sigue siendo una herramienta muy útil para reforzar la promoción de productos y servicios populares; ofertas; nuevos lanzamientos; y eventos online de tu empresa, ahora Instagram ofrece otras funcionalidades muy interesantes.

Dos de ellas son las guías y las etiquetas para recomendar pequeños negocios locales. Para sacarle partido a las guías, contacta con los influencers de tu marca. Para que aparezca más la etiqueta de Soporte de pequeñas empresas, pídeles apoyo a tus consumidores.

Comparte conocimientos

Algo positivo que ha propiciado la pandemia es la mejora de las plataformas y herramientas para compartir conocimiento en línea.

Un ejemplo son las funciones mejoradas de plataformas como Zoom, Facebook, o Instagram, que te permiten organizar eventos en línea para conectar directamente con tus seguidores y atraer nuevos clientes potenciales.

Un evento en el que muestres tu servicio o producto en acción, las dificultades más comunes resuelve, o con consejos para hacerle mantenimiento, le dará visibilidad a tu marca y aportará información útil.

Otro formato interesante son las guía virtuales. Las guías y las infografías bien preparadas posicionarán a tu empresa como autoridad en su área.

Renueva tus regalos corporativos

Las ventajas de los artículos promocionales son ampliamente conocidas, desde ser un recurso de marketing cuando tus clientes los usan en público, hasta servir como elemento de fidelización de tus consumidores.

Si no quieres dejar de invertir objetos publicitarios, lo que puedes hacer en la época de las vacas flacas es consultar varias páginas especialistas en regalos de empresa, como Maxilia, y ver qué diseños son tendencia esta temporada y tienen descuento. Puedes escoger un producto en promoción y darle tu toque de marca en el momento de personalizarlo.

No pierdas nunca de vista que lo primero es ofrecerle a tus consumidores la atención que merecen, porque la satisfacción del cliente es tu mejor carta de presentación. Y luego evalúa en qué canal y con qué herramienta es más rentable ofrecer los servicios o productos de tu empresa.

Autor: Redacción