

Plus500 comparte sus claves sobre publicidad online

La compañía ha logrado ingresos superiores a los 300 millones de dólares en 2016 gracias a sus campañas de publicidad online

Plus500 (www.plus500.es), la plataforma online de negociación de CFDs a nivel global, atribuye su éxito a su sofisticada aproximación a la publicidad online. Gracias a sus exitosas campañas de publicidad en línea, la compañía ha logrado ingresos superiores a los 300 millones de dólares en 2016 y seguido mejorando sus ingresos en el primer semestre de 2017 en comparación con el primer semestre de 2016.

Estas son las principales recomendaciones de Plus500 para lograr una estrategia de publicidad online de éxito:

Dar prioridad a la transparencia. La publicidad tiene tendencia a funcionar en los límites de la percepción común de la realidad y hacer promesas que no siempre se cumplen. Los anunciantes pueden pensar que estas estrategias pueden tener éxito, ya que atraen la atención, pero lo más probable es que conduzca a una falta de confianza de los clientes a medio y largo plazo. "Plus500 ha puesto desde el principio la transparencia en el corazón de sus campañas publicitarias online. Como proveedor de plataformas de negociación que operan en el mercado financiero, Plus500 también ha puesto en marcha herramientas para proteger para sus clientes en su plataforma de negociación. A diferencia de otras plataformas, los clientes de Plus500 no pueden perder más dinero del que han depositado. Sin embargo, el trading es una actividad que nunca está libre de riesgo, por lo que Plus500 siempre ha sido transparente en su publicidad online sobre el hecho de que los clientes pueden perder dinero."

Utilizar tecnología propia. Esto puede ser lo más sorprendente. De hecho, los anunciantes pueden elegir entre un gran número de proveedores de tecnología publicitaria en el mercado. Muchos de estos proveedores ofrecen tecnología sólida que dará buenos resultados. Sin embargo, hay una buena razón por la que Plus500 utiliza su propia tecnología de marketing desde el principio. "En primer lugar, nadie conoce a sus clientes potenciales tan bien como uno mismo. La construcción de tu propia plataforma propietaria asegura que se poseen todas las funcionalidades necesarias y se puede establecer y cambiar los parámetros pertinentes para tener éxito. No menos importante, en una época en la que, para tener éxito, casi todas las empresas necesitan convertirse en cierta medida en una empresa de tecnología, la construcción de su propia tecnología puede ser un diferenciador principal. Si se utiliza una plataforma o herramienta de terceros con el fin de obtener una ventaja competitiva, los competidores también pueden utilizarla. La tecnología propia permite tener una estrategia propia e independiente de los proveedores de tecnología, además permite obtener ventajas mediante el uso de herramientas o tecnología que los competidores no pueden replicar. Posiblemente esto no sea tan fácil para pequeñas empresas o empresas con poca afinidad tecnológica. Sin embargo, para otros, puede ser el elemento decisivo de su estrategia de publicidad en línea."

No olvidar la imagen de marca. La popularidad de la publicidad online se debe en gran parte a que los resultados pueden ser medidos con detalle y en tiempo real. Esto ha llevado a una gran cantidad de profesionales de marketing a utilizar principalmente la publicidad online para promover productos específicos, eventos o servicios, pero sin incluir este formato en sus campañas de visibilidad de marca. Sin embargo, también es una gran herramienta para promover su marca. "Los objetivos de la

publicidad online para el reconocimiento de marca son principalmente los mismos que para la creación de conciencia de marca offline. Plus500, a lo largo de los años, ha sido un gran ejemplo para esta estrategia, poniendo su foco en grandes campañas de marketing internacional. Además, para ampliar la conciencia de marca de Plus500 también han funcionado muy bien las asociaciones comerciales. Hay que asegurarse de elegir socios que representen los mismos valores que su propia marca. Plus500, por ejemplo, está trabajando con el Club Atlético de Madrid y con el equipo de rugby profesional australiano Plus500 Brumbies. Ambos comparten con Plus500 su mentalidad ganadora y su pasión por luchar por el éxito."

Datos de contacto:

Plus500

916611737

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

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>