

¿Sabes diferenciar entre una estrategia digital y hacer al cliente tuyo?

Ahora todas las empresas locales y autónomos tienen que estar Internet y necesitan estrategias digitales. ¿Sabes aprovechar los 'leads'?

La última moda publicitaria es estar en los primeros puestos de los motores de búsqueda, ósea, en Google. Estar en anuncios publicitarios, en mapas de Google o en los primeros puestos de Google muchas veces se piensa que es coser y cantar. Sin embargo, no todos los negocios saben aprovechar la inversión para recuperarla y pierden uno a uno los leads (las personas que les contactan).

¿Qué es una estrategia digital? Todo empezó cuando necesitamos por primera vez estar presentes en la web, en Internet. El combate con los competidores y las empresas low cost y todos los cambios que estamos viviendo de forma consciente se pelean en el ring del ámbito digital, en Internet y por eso las empresas tienen que evolucionar contratando estrategias digitales. Ya que el marketing se hace en Google, en Facebook, en las notas de prensa digitales que son duraderas frente al efímero papel. Todo cartel publicitario online en Pinterest dura más en el tiempo y será más visitado que las viejas calles y sobretodo, todo el mundo tiene un móvil y casi el cien por cien tienen Internet en este. Por lo tanto, la ruta del éxito está en contratar una estrategia digital para tu negocio.

Nos enfrentamos a la vida publicitaria digital e invertimos con buenos procesos de trabajos y buenos profesionales. Mientras los estrategas digitales diseñan los mejores anuncios, las mejores conexiones, enlaces y estrategias en redes sociales para llevar registros a los clientes. Existen empresarios acomodados, otros cansados y otros quieren que la estrategia digital sea la estrategia comercial y, mientras pasan los días y pierden los leads o registros, (son leads o registros aquellas personas que gastaron sus energías para escribirte un formulario y contactar contigo vía facebook, teléfono o similar). Esto viene pasando porque nos asomamos a la ventana digital con las lamas cerradas, ósea, en la zona de confort. Pensamos que somos los únicos que tenemos una empresa, un máster y la sabiduría. Es más pensamos que todo va a seguir funcionando igual. Sin embargo la sociedad se ha hecho letrada y la estructura del mundo ya no se regula de igual forma. Quiero decir, que toda empresa además de contratar una estrategia digital tiene que tener una estrategia comercial a la altura de la era de globalización y que no falte, la atención al cliente.

¿Cómo puedo hacer al cliente mío? Una vez que tus productos y servicios se posicionan gracias a tu estrategia digital, tu calidad, tu marca, y otros factores con los que has promocionado tu negocio, tienes que vender a la demanda. Piensa que el trabajo de tu Agencia Publicitaria termina cuando se han completado los resultados contratados. ¿Registros? ¿Marca? Ahora te toca a ti, saber persuadir a las personas que han contactado contigo para que adquieran tus productos y servicios. Las preguntas que tienes que hacerte son:

¿Cuentas con una persona con conocimientos de tus productos y conocimientos de persuasión? Tienes que saber tanto responder a un formulario web, a una llamada telefónica o a un mensaje de facebook implica tener la atractiva oportunidad de rentabilizar la inversión en publicidad. Porque esa

persona tiene que ser capaz de responder con inmediatez y llevar al cliente hasta ti, para hacerlo tuyo. Sino, estás perdido.

Las viejas tradiciones ya no funcionan en internet. Si el público que demanda productos y servicios en internet puede lograr entrar a probar un software gratis durante 7 días y te empeñas en venderlo y no dar soporte de prueba, perderás clientes. También si te empeñas en cobrar la primera consulta médica cuando las personas hoy en día acuden a médicos titulados o farmacias y se les atiende y vende de forma inmediata sin pagar ni un euro.

¿Tienes diseñada a una estrategia de venta? ¿Sabes vender? No es lo mismo hacer publicidad para captar clientes y ponerlos en la puerta del negocio, que venderle a esas personas que te han contacto, a los leads. La reflexión es, ¿Tienes vendedores cualificados para que te compren tras la estrategia digital? Porque no contar con vendedores y atención al cliente sofisticada es como tener un árbol de navidad sin bolas.

No eres una marca, ni una referencia ni un recomendado para quien no te conoce y esos lead (esas personas que te contactan) necesitan que tú les vendas con compromiso tus surtidos, porque ellos ya han visto en internet tu estrategia digital y la otros tantos. Se han puesto en contacto contigo, porque tú les has iluminado de alguna manera. Esto no quiere decir que vean en ti todavía la compra. Por eso, la atención al cliente y saber venderles es imprescindible.

El vendedor cualificado de por sí, cuenta con un estilo de vida y habilidades como la persuasión, vive para vender, tiene paciencia, es perseverante, otros. Vender es convencer. Podemos contar con la mejor estrategia digital pero estaremos tirando a la basura las oportunidades sino sabemos vender.

¿Cuál es la psicología del consumidor? El consumidor está seriamente impactado por el todo gratis, por probar antes de comprar, por el cuponeo, las ofertas y el más mínimo ahorro le gusta a todo ser humano. Cogemos regalos aunque luego vayan al trastero. Además, queremos escuchar opiniones, estamos contaminados por los sitios web con opiniones en internet como TridAdvisor. ¿Tú qué vas a ofrecerles?

A veces no puedes ser autónomo y querer dibujar, pensar, leer, instalar, conectar cables y además, ser el secretario para todo. Porque te acabarás cansando, porque cuando estás conectando cables no puedes crear una buena atención al cliente y si quieres una estrategia digital vas a tener que contar con vendedores cualificados.

Saber vender es saber manejar los tiempos. No puedes contestar formularios, 20 ó 30 después de un mes. Oh, que todas las llamadas acaben siendo perdidas porque estabas debajo de un coche reparando. Menos si trabajas en un territorio limitado porque te comes toda oportunidad y no vuelven a florecer así como así.

Julia Socorro, es www.islassem.com, promovemos los sitios web y diseñamos las estrategias digitales.

Contamos con efectivos proyectos que crecen escalonadamente en el tiempo, como si de un semilla se tratara que va dando naranjas en la época. Siempre aconsejando a las pymes y autónomos para que sepan convertir a las personas en clientes, en conexiones.

Contar con un plan de marketing y publicidad es tan importante como contar con asesor fiscal.

www.islassem.com es Google Partner, Cum Laude Máster en Marketing Digital y Analítica Web, Máster en SEO y Posicionamiento SEO, primer puesto en el concurso seo 2016 con el proyecto fin de máster. Formada en la IEBS sabe que bien que toda estrategia se basa en la naturaleza, las emociones. Declara que su película favorita es: El Acantilado Rojo dirigida por John Woo, porque sobrevivir a la competencia en tiempos digitales es un camino duro.

Datos de contacto:

Julia Socorro Santana

<https://www.islassem.com>

928401951

Nota de prensa publicada en: [35200](#)

Categorías: [Derecho](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Seguros](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>