

El mundo es Online y Offline: Cómo digitalizar un negocio

Desde un taller hasta una peluquería, pasando por un centro médico o una tienda online, todas las empresas tienen que ser conscientes de la realidad digital en la que viven. En el panorama actual, adaptarse a las nuevas tecnologías es clave para triunfar

Internet ha transformado la comunicación entre las personas, la manera de comprar y la forma de vivir. En pleno siglo XXI cuesta creer que aún algunas empresas no ven necesario tener una página web o gestionar las redes sociales o vender a través del comercio electrónico. Evidentemente, no se trata de estar por estar, se debe tener una estrategia bien definida y ejecutada, pero hay que ser conscientes de la necesidad de cuidar el marketing online de cualquier marca.

Invertir en marketing digital es esencial para que una empresa logre reconocimiento, reputación y, lo más importante, ventas. Hay que ser muy consciente de que en internet es Google quien pone las reglas porque es ahí donde siempre acuden las personas para buscar algo. Sin embargo, no hay que olvidarse de las redes sociales ya que cada vez se pasa más tiempo en ellas, y hacer uso de estas aplicaciones como escaparate es un acierto para atraer clientes.

Si bien existen principios generales sobre buenas prácticas de marketing online, lograr un lugar destacado en la red no es fácil, no hay fórmulas mágicas. Aunque se puede decir que las marcas bien posicionadas son aquellas que se preparan para la operación bikini todo el tiempo. En otras palabras, las posiciones más visibles son para los que trabajan de manera constante en la página web y en la gestión de las redes.

Los negocios tienen que estar online y offline para tener éxito

En este sentido, para fomentar la presencia en internet de las empresas, el Gobierno de España ha presentado las ayudas del Plan de Recuperación, unas subvenciones a fondo perdido para que las pymes y autónomos inviertan en la digitalización de sus negocios. Este programa cuenta con una dotación de 3.067 millones de euros provenientes de los fondos de la Unión Europea Next Generation. El objetivo de estos fondos es mejorar el tejido productivo de España y dotar así de medios de digitalización a uno de los motores más importantes de la economía. Es la oportunidad perfecta para formar parte del entramado digital de vanguardia. Para usar el Kit Digital es necesario contratar a un agente digitalizador.

La transformación digital, el impulso que necesita cualquier pyme

Ahora que el plan estatal da el presupuesto necesario para invertir en marketing digital, seguro que es más fácil comprobar cómo las ventas aumentan gracias al canal de internet. Esto permitirá que se ponga en valor esta parte del presupuesto dentro del crecimiento de la empresa. Para usar el Kit Digital se debe contratar una agencia de marketing digital, como Online y Offline, que sea un agente digitalizador. Con el marketing online se potencian las ventas de empresa, se crea una comunidad de clientes fiel y se aumenta el posicionamiento de una web. Es decir, aumenta la visibilidad de cualquier marca, lo que se traduce en un aumento considerable de las ventas. Una vez que se prueba el marketing

online, todo son ventajas.

Seriedad y formalidad

Cuando se tiene consciencia de la importancia de invertir en marketing online, la siguiente complejidad viene a la hora de elegir una agencia de marketing digital, porque estos servicios son ofrecidos por muchas empresas, pero agencias de marketing online que se involucren en la marca de los clientes como si fuese la suya, muy pocas. En este sentido, aquí se facilitan 7 consejos para contratar una agencia marketing.

1. Disponibilidad. La agencia siempre debe estar al otro lado del teléfono, en constante contacto por si se le necesita.
2. Asesoría. Desconocer cuál es la mejor estrategia para una marca online es normal, por eso la agencia de marketing debe ayudar a encontrar el camino de baldosas amarillas.
3. 360. Que se pueda contratar un equipo que ofrezca un servicio global para que se disponga de un departamento de comunicación y marketing online propio.
4. Cariño. Internet es una herramienta que demanda atención constantemente. Por eso la agencia se tiene que encargar de mimar al algoritmo, publicar en las redes sociales en el momento correcto, gestionar las campañas de Google Ads, etc.
5. Google Partner. Una agencia SEM que tiene este sello de confianza es una garantía de profesionalidad. Se trata de una distinción que Google da a unas pocas agencias que se esfuerzan mucho para gestionar bien la publicidad en internet.
6. Equilibrio. La agencia en cuestión debe conocer el equilibrio perfecto entre técnica y corazón. Construir historias sin descuidar al algoritmo. Porque en internet hay que hablar a robots y a personas.
7. Una agencia de confianza. Un equipo que se alegre mucho por ser elegido y que lo dé todo para conseguir que el cliente esté siempre contento.

Datos de contacto:

Guadalupe González Barrado

www.onlineyoffline.com

666513071

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>