

El poder del regalo publicitario en la captación y fidelización de clientes según Ggifts

Una de las mayores preocupaciones que debe de tener cualquier empresa que quiera prosperar en su negocio es fidelizar a sus clientes. Un cliente fidelizado es un cliente que repite, un cliente que vuelve, un cliente al que no hay que convencer de nuevo para que cuente con los productos y, además, hablará bien de estos a sus conocidos.

Por toda esta importancia que tiene la fidelización cada vez son más las empresas que llevan a cabo la compra de regalos publicitarios

El marketing promocional a través del regalo

El hecho de que a prácticamente a todo el mundo le gusta que le regalen cosas explica el éxito de los regalos publicitarios. Basta con fijarse en la gran cantidad de colas que se llevan a cabo en muchos comercios cuando se está regalando algo.

Gracias a las modernas técnicas de serigrafía e impresión que se pueden encontrar hoy en día en empresas como www.ggifts.es es posible contar con regalos personalizados con el logotipo de la empresa. De esta forma, además de estar haciendo un regalo a los clientes que les puede ser útil se está mejorando la imagen de marca.

Los regalos publicitarios deben de ser regalos útiles. El marketing promocional que busca fidelizar a clientes a través del regalo de empresa trabaja con productos del día a día, por ejemplo, con ropa, tecnología como un USB, mecheros, paraguas... es decir, objetos que tienen cierta utilidad para el cliente y que este no deja abandonados en un cajón.

El regalo publicitario es una inversión

Estos regalos publicitarios están considerados como una inversión dentro del propio negocio y no como un gasto. Si se invierte en una camiseta bonita y se consigue que los clientes se la pongan, seguramente esa camiseta consiga llamar la atención de más personas mucho más que un cartel en una pared a modo de publicidad.

Uno de los aspectos que se deben de tener en cuenta a la hora de llevar a cabo estos regalos es pensar en la temporada. Se debe de adaptar los regalos publicitarios, no solo al tipo de cliente que se tiene, sino también a las circunstancias que rodean a este. Por ejemplo, si se tiene un negocio en una ciudad con playa, a lo mejor resulta interesante llevar a cabo algún regalo que estos puedan disfrutar en la playa, por ejemplo, unas toallas o unos sombreros.

Este aspecto carecería de sentido en una ciudad como Madrid, sin embargo, si que sería viable otro tipo de objetos como un llavero, una memoria USB o un chaleco. Además, también se deben de tener en cuenta las circunstancias actuales, por ejemplo, ahora sería una buena idea ofrecer mascarillas personalizadas. Se está hablando de objetos que se utilizan bastante y que, además, debido al ámbito en donde se llevan mejoran mucho la visibilidad del negocio.

Objetos completamente personalizados

Aprovechando las técnicas de impresión que existen hoy en día y la facilidad esto provoca para poder lograr el objeto que se quiera, la única limitación se encuentra en la imaginación del empresario.

Si se logra crear una camiseta bonita o una mascarilla original, llegarán al negocio muchas personas interesadas por el mismo, con lo que se consigue amortizar, en parte, la inversión llevada a cabo en los regalos.

Aprovechar el color corporativo de la empresa o el diseño del logo para plasmarlo en estos artículos es la forma más inteligente de convertir a los clientes en publicidad andante.

Datos de contacto:

Hector Ráfales

911 860 275

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

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>