

La publicidad en Internet es la estrategia más rentable para los Cerrajeros

Para muchos autónomos o pequeñas empresas, como el caso de los Cerrajeros, la publicidad en Google es la clave para conseguir más clientes como indica micerrajero24horas.com. Pero, esto va de la mano de la elevada competencia que hay en el sector y la lucha constante por tener una estrategia publicitaria óptima

Para la gran mayoría de autónomos y pequeñas empresas la publicidad en televisiones, radios, prensa o medios convencionales es inviable por el gran coste económico que supone anunciarse en estos medios. La única opción viable que tienen para poder anunciar sus productos o servicios es crear una página web y utilizar plataformas publicitarias en Internet para poder llegar a clientes nuevos que necesiten de sus servicios y productos. La herramienta más demandada en cuanto a publicidad se refiere es Google, ya que cuenta con el 90% del tráfico y tanto los usuarios como las empresas hacen uso de este buscador a diario.

Dos modos de tener presencia en Google

La primera manera sería el pago por clic, que consiste en que las empresas pagan al buscador un monto de dinero específico cada vez que algún usuario entra en el anuncio y por lo tanto, en su página web. El segundo método es el posicionamiento orgánico que son los resultados que aparecen tras los anuncios (dónde el cliente ha pagado previamente). Para estar en las primeras opciones del posicionamiento orgánico, la empresa trabaja para conseguir un buen lugar en el buscador de Google.

Los cerrajeros en Google

Es un sector que invierte cantidades económicas elevadas en la publicidad en Google ya que es un método rentable. “Cada vez que alguien busca en google la palabra ‘cerrajero’ y hace clic en alguno de los anuncios, el cerrajero que ha contratado el servicio le paga a Google 5 euros aproximadamente y él puede obtener del servicio de cerrajería realizado alrededor de 80 o 100 euros”, según explica micerrajero24horas.com

El precio de dichos anuncios viene marcado por la subasta que hacen las empresas de cerrajería interesadas en escalar las primeras posiciones del buscador de Google. Cuando alguien se anuncia en Google debe poner un presupuesto diario para gastar, por lo que dependiendo del presupuesto se tendrá un máximo de clics diarios.

La competencia por clic, ¿Leal o desleal?

La competencia para escalar estas posiciones varía según la localidad. En pequeñas ciudades puede ser inexistente la competencia pero en grandes metrópolis como la ciudad de Barcelona o en la ciudad de Madrid, se está en constante lucha por evitar caer en la competencia desleal, que está a la orden del día. En el mundo de los Cerrajeros de Urgencia es tanta la competencia que se hacen técnicas para intentar acabar con la competencia que en otros sectores no existen ni existían a este nivel.

Según micerrajero24horas.com, “ahora lo que hace los competidores desleales es poner a personas mayores por las calles de estas grandes ciudades y cuando pasa alguien le para y le comenta que ha perdido las llaves y si puede poner en el buscador ‘cerrajeros de urgencia’. La persona ayuda a este anciano que elige que anuncio de cerrajero hacer clic para quitarle a su competencia un clic que podría ser de un nuevo cliente. Como en Google se paga un presupuesto y esto indica un máximo de clics, se quitan entre la competencia el alcance que podrían tener. Este método es muy difícil de detectar para Google si es un clic fraudulento o no”.

La competencia por resultados orgánicos

Cuando una web esta de las primeras en Google sin hacer anuncios es porque realizó un buen trabajo de SEO y su web esta de las primeras por que Google entiende que hace las cosas bien para estar de los primeros sin pagar por clic. Una de las cosas que más se valora en Google es la calidad de los enlaces que esa web tiene en Internet, mientras más y mejores sean los artículos o enlaces que hablen de su empresa más y mejor puestos conseguirá esa web en el buscador.

Según micerrajero24horas.com, “hay organizaciones que pagan para que la web de su competencia aparezca en algún sitio web que Google tiene penalizado y esto hace que le perjudique en sus resultados de posicionamiento. Por culpa de estas malas prácticas, Google penaliza severamente y se puede incluso desaparecer de las búsquedas en el servidor”.

Estas diferentes prácticas ponen en evidencia los obstáculos a los que se pueden enfrentar los cerrajeros así como otros sectores en el momento de lograr un hueco en la publicidad en Google.

Datos de contacto:

Toni Parra
900 804 529

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

Categorías: [Nacional](#) [Bricolaje](#) [Inmobiliaria](#) [Marketing](#) [Logística](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>