

Las grandes mentiras del marketing digital explicadas por la experta Ainhoa Rosado

Ni es tan sencillo llegar a facturar con Instagram o Youtube ni es cosa de aficionados. Detrás hay una gran estrategia y muy pocos llegan

Proliferan como setas, primero fueron las blogueras, después Twitter recogió el testigo, a continuación tuvo un intento de ser la gran red visual Pinterest pero, finalmente, Instagram lleva imbatible al menos 3 años y subiendo. Dicha red social, propiedad del todopoderoso Mark Zuckerberg, 37 años y dueño también del todo poderoso Facebook y whatsapp, es el objeto de deseo de millones de jóvenes, bien para seguir a sus personajes favoritos, bien para ser ellos un influencer más o para consumir todo lo que les recomiendan.

Como todo en el marketing, tiene una trastienda y detrás de cuentas exitosas hay un trabajo concienzudo que no sale porque sí, sino porque hay un gran conocimiento de todo lo que esta red implica. Ni muchísimo menos es fácil llegar a tener decenas o centenares de miles de seguidores pero lo que sí está más que claro es que ni siquiera tener esas cifras implica poder hacer de ello un medio de vida más que rentable. ¿Se puede? Claro. Pero es un trabajo que lleva mucho conocimiento y estar cada día dedicado a él muchas horas. Ainhoa Rosado, experta en marketing digital, periodista y una de las más afamadas mentoras de negocios on-line, explica qué se debe y qué no se debe hacer y, sobre todo, qué hay de verdad y de mentira detrás de todo esto.

1. "Parece sencillo, solo necesitas una cuenta de Instagram y hacer un par de sorteos"- explica la experta. "Se ha extendido la creencia que solo un perfil de Instagram con fotos te hará millonario, esto está trayendo muchas frustración a pequeños empresarios que invierten en producto pensando que lo venderán muy rápido. ¿Qué ocurre en la realidad? Abres el perfil y empiezan a seguirte tus amigos y conocidos, tu producto les gusta, te compran, recomiendan a sus amigos... pero en unos meses el negocio se estanca, las ventas se paran, los seguidores también, sientes que no creces y que ya no sabes qué hacer", afirma Rosado.

2. Los profesionales que están en redes sociales ayudan gratis, es otra de las grandes mentiras: "recibo diariamente muchísimos mensajes de auxilio de personas que lo han invertido todo". En Internet hay mucho contenido gratuito, muchísimo, y muy bueno. Pero hay que saber implementar. Además, hay muchas personas vende humos que sólo saben confundir y crear falsas esperanzas. Hay que tener claro que gratis siempre se comparte el qué hay que hacer, sin embargo el cómo hay que hacerlo, siempre será de pago.

3. No hace falta invertir en publicidad. Es otro de los grandes errores. "Cuando les digo que hay que invertir sí o sí en esto, entienden que tiene que ser así para ser conocidas y muchas veces se lamenta la experta- ya no tienen recursos". "Yo les recomiendo apostar por la formación e intentar buscar asesoramiento para no seguir tirando dinero y trazar una estrategia eficaz para su negocio. Ojo, se puede crecer de manera orgánica, pero será mucho más lento. Cuando buscan crecer más rápido siempre habrá que invertir en publicidad", advierte.

4. A los que les va bien han tenido suerte. “No voy a negar que hay personas que empezaron hace años cuando Instagram funcionaba de otra manera, había menos competencia y era más sencillo. Pero hay que evitar juzgar a las cuentas sin saber su estrategia y su inversión”, explica Rosado.

5. La clave está en mandar regalos a influencers. “Cuidado con esto. Las influencers tienen un fee y las que tienen un alto número de seguidores suelen trabajar con agencias y cuentas con contratos blindados que les impide sacar productos que no hayan sido aprobados por ellos. Además, el marketing de estos perfiles es una estrategia más que si no se hace de manera correcta puede salir muy mal. Sinceramente, actualmente lo que funciona son las colaboraciones de continuidad, si te van hacer una sola mención un día puntual, solo notarás una pequeña subida de seguidores (con suerte) y poco más. Debemos trazar la estrategia para evitar errores, aunque el marketing es ensayo / error, no podemos olvidarlo”, recuerda la experta.

¿Cuáles son los requisitos imprescindibles antes de emprender online?

“La clave es definir a quién le voy a vender, qué le voy a vender y cómo. Si tengo claro mi cliente ideal todo será más sencillo. Pero no me refiero a este tipo de perfiles: mujeres de 20 a 50 años que les gusta comprar ropa. ¡Para nada! debemos ir mucho más allá, ¿dónde trabaja? ¿Qué coche tiene?, ¿dónde suele ir de vacaciones?, ¿qué le preocupa?, ¿qué tipo de madre es? Se trata de poner etiquetas, de adentrarnos en los pensamientos más profundos de esa persona. Solo así podremos trazar una buena estrategia de marketing. Presentaremos el producto de manera atractiva, con el tono adecuado a la persona que está preparada para comprar. Es hacer que encajen las piezas”, asevera la experta en marketing digital.

¿Cuáles son los mayores errores?

El gran error es no tener un plan. Es lanzarse al vacío con los ojos cerrados. Antes de iniciar un negocio hay que tener clara la estrategia. “Cuando me preguntan ¿qué me puede estar fallando? Suelo decirles que hay muchos factores, desde el logo, las fotografías, que no reflejan la calidad del producto, hasta el contenido, que no esté aportando valor, hasta no estar invirtiendo nada en publicidad para llegar a personas nuevas. Debemos entender a nuestro cliente, cuáles son sus objeciones a la hora de comprar y persuadirlos con estrategias de marketing, ahí está la venta”, explica.

El éxito reside en trabajar la marca personal. “Pongo el caso de Casilda Finat. Vende joyitas, todos lo saben, pero amasa seguidores gracias a su carisma y a su contenido real, dirigido a mujeres madres que tienen problemas comunes con sus hijos o sus parejas. El perfil debe aportar valor, debe enseñar, divertir o emocionar, pero no debe ser solo un catálogo. “Y esto lo ha sabido hacer muy bien Casilda. Ha apostado por el humor y la naturalidad y ambos ingredientes han sido el éxito de su cuenta. ¿Por qué? No me "obliga" a comprar todo el rato, me divierto y me entretengo con sus vídeos, me engancha a su personalidad. Seguimos ahora a las influencers como en su día a Gran Hermano, nos gusta ver a las personas mostrando su realidad. Otro punto fuerte de la marca es la estrategia en Ads (anuncios), cuando sigues su cuenta inmediatamente te empieza a aparecer publicidad de sus joyitas, se trata de anuncios a tráfico tibio o caliente, que son personas que ya te conocen, por lo que están más preparadas para comprarte. Intentar hacer anuncios directos a venta a tráfico frío (personas que no te conocen) es casi un suicidio. En definitiva, marca personal + estrategia de anuncios + calidad en la imagen de marca = marca potente. De vender joyitas a querer un "Casilda Finat", debes conseguir que se enganchen a ti y a tu marca”, concluye.

Datos de contacto:

Agencia de comunicación MAD&COR

www.madandcor.com

675943952

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

Categorías: [Nacional](#) [Moda](#) [Marketing](#) [Andalucía](#) [E-Commerce](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>