

Las mejores estrategias de marketing digital para pymes según Econsultoria

Elegir una agencia de marketing digital para pymes es crucial para alcanzar un posicionamiento de marca con éxito, así como otros objetivos de marketing que establece una empresa. La agencia escogida debe ofrecer el mejor servicio de atención personalizada y garantizar el éxito de la estrategia diseñada

Es una suerte poder contar con una agencia de larga experiencia en el sector como es Econsultoria, agencia de marketing digital, que hoy trae las mejores estrategias de marketing digital para pymes.

Para crear las estrategias de marketing digital para una pyme se debe tener en cuenta la situación actual de la empresa, qué objetivos persigue, así como término para cumplir las metas.

Este conjunto de tácticas, se denomina plan de marketing e incluye, entre otras cosas definir el público al que la empresa deberá dirigir su oferta; es decir, sexo, edad, poder adquisitivo; y la definición de los objetivos o retos que se traza la empresa, cuantificarlos y fijar términos para apreciar los resultados, tales como mejorar el SEO, el tráfico de interacción, aumentar la cuota del mercado, entre otros.

¿Qué tener en cuenta en una estrategia de Marketing Digital para pymes?

Los profesionales a cargo de diseñar estrategias de marketing digital para pymes como los de Econsultoria, incluyen aspectos considerados como fundamentales para el éxito del negocio, entre los que cabe destacar:

Definir el objetivo empresarial

La primera acción a tomar es definir todo lo que se refiera a la empresa. En el año 2019 las pymes representaban el 99,8% de la red de empresas de España, generando el 65,9% de puestos de trabajo. Lo que significa que no son las marcas de gran volumen de negocios las que tienen que preocuparse por su presencia online, pues, estas se encuentran estables sin mucha competencia como para activar campañas de captación de clientes.

De hecho, son las pymes las que deben buscar los recursos y estrategias de promoción y posicionamiento, para aprovechar ese auge que ha experimentado en los últimos años.

La importancia de definir la empresa consiste en saber su tamaño (grande, mediana o pequeña), su nicho, objetivos y ubicación, entre otros, para poder establecer el tipo de estrategia de marketing más conveniente, según estos datos.

Crear una página web

Se trata del lugar donde toda la comunidad podrá tener acceso a la información más relevante de la

empresa: su historia, el equipo de trabajo, sus valores, servicios, productos, galería de imágenes, modos y datos de contacto. Asimismo, el dominio a elegir debe ser representativo.

¿En qué redes sociales se debe estar presente?

Las plataformas donde se pueden crear perfiles de la pyme pueden ser: Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, YouTube, entre otros. "El equipo de estrategia debe estudiar con cuál de estas redes se involucran más los potenciales clientes de la pyme", dice Econsultoria; si se prefiere trabajar con todas, no existe limitación para ello, aunque esto implicará mayor trabajo y esfuerzo. La buena noticia es que así, el incremento de seguidores será un hecho.

Envíar una newsletter

En otra época, el envío de newsletter por email, pudo estimarse como anticuado o poco efectivo. Hoy en día se valora de forma diferente, pues, a través de estos boletines, se puede hacer llegar a los clientes, noticias que repercuten en el branding de la pyme. Se sugiere tener cuidado con la periodicidad con que se realicen estos envíos; "no deben ser tan esporádicos como para pasar desapercibidos, ni tan frecuentes como para crear fatiga en los destinatarios", señala Econsultoria.

Campañas con influencers

Cuando se habla de influencers, se refiere a gente que posee el carisma suficiente como para reunir seguidores por miles e incluso, por millones. Su función consiste en promocionar ante su magnífica audiencia, la marca de la pyme, visibilizándola a través de su imagen. "El marketing de influencers se ha convertido en una herramienta poderosa para llegar a la audiencia objetiva de forma directa y con buenos resultados", resalta Econsultoria.

Publicidad pagada

Otra forma efectiva de llegar a más y mejores clientes es con anuncios en Google Search, YouTube Ads, Facebook Ads, u otras plataformas sociales conocidas hoy en día. "La publicidad pagada online es una forma fácil de llegar directamente al target, pero se debe analizar si es rentable realizarla o no", finaliza Econsultoria.

Econsultoria es una agencia de marketing online de Madrid, que lleva más de 10 años trabajando en estrategias digitales tanto para clientes nacionales como internacionales. Una agencia 360º que abarca desde posicionamiento SEO, analítica web y publicidad online, hasta comunicación digital y desarrollo web.

Datos de contacto:

Lucía Crespo
C/ Ramón Areces, 14, 28030 Madrid
677539866

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

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Otros](#) [Servicios](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>