

Los impresos aún tienen la fuerza de conseguir o retener clientes potenciales, según ImprentaMadrid.com

La mayoría de pequeños, medianos y grandes emprendedores creen, erróneamente, que los medios impresos ya no son los mejores a la hora de llevar a cabo una estrategia de marketing, comunicación o publicidad en general y apuestan fuertemente por los medios digitales. No obstante, la mayoría de ellos desconocen la gran fuerza que aún tienen los impresos

Actualmente, los medios de comunicación siguen creciendo de forma rápida gracias a la tecnología, cada vez más innovadora. Esto ha ayudado a que los medios de comunicación sean cada vez más amplios y masivos, consiguiendo alcanzar una cantidad de audiencia mucho mayor que los medios más tradicionales. Se trata de los medios digitales, que actualmente consiguen un alcance de millones de personas y por qué no decirlo, son capaces de alcanzar absolutamente toda la población. No obstante, esta masificación ha conseguido que las personas se encuentren cada vez más perseguidas por la publicidad, provocando que esta pierda fuerza e importancia.

Cuando una persona navega por Internet, se encuentra con una gran cantidad de mensajes publicitarios, sobre todo en las redes sociales, los medios digitales más utilizados por las personas actualmente. Es más, en la mayoría de las redes sociales, está comprobado que aparece un post de publicidad por cada 3 post orgánicos, es decir, que no son de pago. Por lo tanto, la publicidad digital, aunque a lo largo del tiempo ha conseguido un alcance inigualable a los demás medios, en muchas ocasiones pasa desapercibida por los usuarios debido a la gran cantidad de estímulos que reciben a lo largo del día.

En consecuencia, los medios impresos aún tienen mucho que decir en las estrategias publicitarias de las empresas en la actualidad. El secreto para fidelizar a los clientes mediante los medios impresos, según ImprentaMadrid.com, una empresa con una larga experiencia en el mundo de la imprenta, son los regalos. Para generar recuerdo, esta empresa sugiere los regalos impresos. Aunque las tarjetas de fidelización también son un sistema que ha funcionado también (en el que se acumulan los servicios o productos adquiridos hasta conseguir uno gratuito). Esto hará que el cliente tenga cierta frecuencia en sus visitas, por la percepción de que el servicio le saldrá más asequible con ese regalo.

“Dar regalos impresos a los clientes, puede ser la mejor estrategia publicitaria que un empresario puede tener para generar recuerdo en los mismos. Sobre todo, si se trata de un regalo útil, que podamos conservar y utilizar a lo largo del tiempo, como por ejemplo un calendario, una agenda o un bolígrafo. Estos objetos son guardados por los clientes y cada vez que los emplean, la empresa que ha impreso su identidad visual corporativa en el objeto es recordada”, explica ImprentaMadrid.com.

Datos de contacto:
ImprentaMadrid.com

910 015 455

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

Categorías: [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>