

Tus Ideas: "Un reparto publicitario no profesional atañe varios riesgos"

El reparto publicitario, que se entrega en mano, en lugares de recepción, en buzones, parabrisas o pomos es un medio publicitario muy efectivo. No obstante, si el reparto no lo realizan profesionales, puede no ser efectivo y generar pérdidas económicas. Una estrategia publicitaria es imprescindible

La publicidad repartida es el medio publicitario más económico y que mejores resultados puede conseguir para las empresas. "Cada vez más empresas pequeñas y medianas optan por el reparto publicitario y no es de extrañar, nuestros clientes siempre consiguen buenos resultados gracias a nuestro reparto publicitario" explica Tus Ideas, una empresa que se ocupa con el diseño gráfico, el posicionamiento web, la imprenta online y sobre todo el buzoneo responsable. No obstante, un resultado garantizado para las empresas solo se consigue si esta opta por el buzoneo realizado por una empresa profesional.

En muchas ocasiones las empresas optan por personas no especializadas en la publicidad y el reparto de esta y es entonces cuando se arriesgan a pagar un diseño, la impresión de folletos y la mano de obra sin conseguir los resultados deseados. Lo mejor que pueden hacer las empresas es ponerse en manos de profesionales como Tus Ideas para conseguir que el folleto tenga un diseño atractivo, la elección del público objetivo sea adecuada y el número de folletos impresos también sea el adecuado. La elección del día, el orden del reparto y la geolocalización son tres elementos que también son fundamentales.

Cuando los empresarios no acuden a agencias de reparto profesionales se arriesgan, en primer lugar, a que el mensaje escogido no sea el adecuado para lo que la empresa quiere transmitir. "El mensaje de la publicidad repartida debe ser claro, conciso, breve, llamativo. Lo recomendable es crear un mensaje que incite al target a descubrir más información" explica Tus Ideas. Otro riesgo que atañe no contar con una agencia de reparto publicitario es en la elección del material en el que se va a imprimir la publicidad. Es posible que un repartidor no profesional cuente con unos folletos de poca calidad que no genera ninguna confianza en el cliente.

Antes de realizar cualquier reparto publicitario es imprescindible realizar un estudio previo de la empresa y trazar una estrategia eficaz. Una buena estrategia puede marcar la diferencia entre una campaña en la que la empresa ha tirado el dinero o una campaña eficaz que abre muchas puertas. Otro riesgo de no contar con una agencia de reparto profesional es que el repartidor se deshaga de los folletos, los reparta entre amigos o tirándolos a la papelera, desechando al mismo tiempo cualquier posibilidad de éxito de las empresas y un gasto innecesario. Es muy importante trazar una estrategia que establezca el día y la hora del reparto, la geolocalización y el target al que se repartirán los folletos.

Datos de contacto:

TusIdeas

915 227 148

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

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>