

¿Cómo hacer publicidad con poco presupuesto en las pymes?

Tácticas de Alto Impacto – Bajo Coste para Pymes

Por Miguel Ángel Jiménez

¿Es posible reducir el presupuesto de publicidad pero siendo más efectivo en las ventas?

Las tácticas y acciones publicitarias tienen el objetivo de transmitir un mensaje de la empresa al mercado, con la finalidad de hacerse conocida o generar una acción en los posibles clientes. Hay que diferenciar entre “publicidad” y “medios de comunicación”, como revistas, radio, prensa, etc. realmente una pequeña y mediana empresa tiene que entender esto para entender que cualquier acción que haga que facilite la captación de los clientes es fundamental, no tiene que ser solo radio, prensa, etc

Las claves para hacer publicidad con poco presupuesto son:

1. Usar las tácticas coherentemente con la Propuesta Única de Ventas (PUV)

- Tener claro lo que se vende y tener una diferenciación
- Las Pymes no pueden hacer campañas como hace la Coca-Cola mandando mensajes muy creativos pero que requieren de grandes impactos en muchos medios diferentes.
- Transmite la diferenciación y acción que quieres que haga el cliente de forma clara y directa.

2. Buscar directamente al Cliente objetivo inicial ahorrará mucho dinero

- Tener claro quién es el cliente objetivo inicial al que no dirigimos
- Elegirlo y hacer acciones que realmente les llegue a ellos.

3. Utilizar creatividad y aprovechar los nuevos medios

- Aprovechar redes sociales, webs interactivas, blogs, youtube, audios, sms, emails, etc. Todo esto genera unas comunicaciones más baratas si el cliente objetivo al que nos dirigimos disponen de ellas. Ya se sorteaban coches a través de redes sociales, sms, etc es tu oportunidad de utilizarlo para potenciar ventas.
- Extrapole ideas de otros mercados o sectores que estén funcionando

4. Seguimiento y repetición

- En los momentos de crisis, lo primero que se corta es el presupuesto de publicidad y tácticas, se debe desarrollar la paciencia y no desesperar. Sí es importante revisar el nivel de efectividad y ser más creativos, pero por supuesto ahora más que nunca se debe tener apoyo a la venta.

5. Trabaje con presupuesto

- El presupuesto medio debe ser del 3 al 7% de las ventas estimadas, estúdielo y aprovéchelo.

Consejos Pyme Coaching:

A continuación un listado de algunas tácticas que requieren una inversión mínima o directamente no tiene costo alguno. Y que seguro te traerán muy buenos resultados a tu negocio:

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nombre de empresa | <input type="checkbox"/> Parking gratuito | <input type="checkbox"/> Listados de clientes de amigos |
| <input type="checkbox"/> Color de empresa | <input type="checkbox"/> Números de teléfonos gratuitos | <input type="checkbox"/> Ofrecer crédito |
| <input type="checkbox"/> Logotipo | <input type="checkbox"/> Sintonía repetitiva | <input type="checkbox"/> Mini anuncios de radio |
| <input type="checkbox"/> Tarjeta de negocios | <input type="checkbox"/> Grabaciones para la espera telefónica | <input type="checkbox"/> Eslogan |
| <input type="checkbox"/> Base de datos | <input type="checkbox"/> Cursos y talleres | <input type="checkbox"/> Libros y publicaciones |
| <input type="checkbox"/> Vestimenta o uniformes | <input type="checkbox"/> Catálogos | <input type="checkbox"/> Boletines mensuales |
| <input type="checkbox"/> Decoración interior | <input type="checkbox"/> Buzoneo | <input type="checkbox"/> Generar contenidos en portales |
| <input type="checkbox"/> Ubicación | <input type="checkbox"/> Folletos | <input type="checkbox"/> Patrocinio cultural o deportivo |
| <input type="checkbox"/> Embalaje o empaquetado | <input type="checkbox"/> Guiones de telemarketing | <input type="checkbox"/> Puestos en mercadillos |
| <input type="checkbox"/> Tamaño especial | <input type="checkbox"/> Carteles exteriores e interiores | <input type="checkbox"/> Seguimiento a presupuestos |
| <input type="checkbox"/> Horario de atención al público | <input type="checkbox"/> Vales y cupones | <input type="checkbox"/> Ley 80/20 |
| <input type="checkbox"/> Servicio de ayuda al cliente | <input type="checkbox"/> Rebajas y promociones | <input type="checkbox"/> Certámenes y sorteos |
| <input type="checkbox"/> Papelería | <input type="checkbox"/> Financiaciones especiales | <input type="checkbox"/> Concursos |
| <input type="checkbox"/> Rapidez | <input type="checkbox"/> Trueque | <input type="checkbox"/> Encuestas |
| <input type="checkbox"/> Escaparates | <input type="checkbox"/> Diagnósticos o consultas gratuitas | <input type="checkbox"/> Hacerte miembro especial de clubes o asociaciones |
| <input type="checkbox"/> Intermediarios | <input type="checkbox"/> Banners | <input type="checkbox"/> Tablones de anuncios |
| <input type="checkbox"/> Entusiasmo | <input type="checkbox"/> Co-marketing | <input type="checkbox"/> Marca páginas |
| <input type="checkbox"/> Mailings | <input type="checkbox"/> Papeles de golosinas serigrafiadas | <input type="checkbox"/> Colaborar en periódicos o revistas |
| <input type="checkbox"/> Autorespondedores | <input type="checkbox"/> Historias cortas | <input type="checkbox"/> Servicio de entrega efectiva |
| <input type="checkbox"/> Reimpresión de anuncios | <input type="checkbox"/> Generar noticias llamativas | <input type="checkbox"/> Listas de precios |
| <input type="checkbox"/> Audio-video (DVDs) | <input type="checkbox"/> Eventos especiales | <input type="checkbox"/> Ferias y exposiciones |
| <input type="checkbox"/> Videotarjetas | | <input type="checkbox"/> Publireportajes |
| <input type="checkbox"/> Video en USBs serigrafiados | | |
| <input type="checkbox"/> Muestras gratis | | |
| <input type="checkbox"/> Equipo de vendedores | | |
| <input type="checkbox"/> Sonrisas | | |

- Testimonios
- Publicar un perfil y tu grupo Redes sociales
- Facebook, LinkedIn y MySpace
- Recompensar las referencias con obsequios
- Web y Blog vendedor
- Participar blogs
- Generar Bases de datos
- Participar activamente en ferias comerciales
- Reuniones de asociaciones del sector
- Diseñar correos electrónicos con ofertas
- Promociones hechas a la medida de cada grupo de clientes
- Formación constante de venta al equipo de comerciales
- Premios e incentivos a comerciales
- Representantes de zonas
- Usar camisetas, sombreros de empresa
- Ropa con mensajes acerca de la empresa o promoción momentánea
- Formar a los empleados para que sepan vender productos de la empresa
- Difundir video sobre el negocio
- Subirlos a YouTube, Google Video y otros sitios
- Escribir una historia acerca de tu negocio
- Salir a buscar a clientes
- Colocar anuncios en la fachada o en el suelo
- Colaboraciones para ser subcontratados
- Llamar la atención de tus clientes con mensajes especiales
- Descubrir la opinión de los clientes y sus necesidades
- Crear alianzas estratégicas
- Investiga qué otros negocios -que no sean tus competidores directos- están dirigidos al mismo cliente objetivo y estable colaboración.

www.pymecoaching.com