

inw.

¿Para qué se utiliza el retargeting?

La mayor ventaja del retargeting es que te permite comunicarte con personas que ya han demostrado interés en tu marca.

Dependiendo de tu objetivo, el retargeting puede ser una forma súper efectiva de ayudarte a alcanzar tus objetivos comerciales. Ya que, normalmente, el ROA (ingresos por ventas / gastos) es muy alto, comparado al resto de campañas. Y esto se debe a que tu publicidad va dirigida a personas que tienen interés por tu marca y que les falta el último paso para comprarte, que es lo que vamos a conseguir con este tipo de campañas.

Para ello, vamos a realizar lo que para nosotros es la clave de nuestro negocio. La estructura para conseguir vender. Lógicamente, no podemos detallar con exactitud cuál es nuestra estrategia y qué hacemos, ya que es la fórmula secreta de nuestro negocio.

Pasos para estructurar correctamente una campaña de publicidad:

1. Lo primero que debes hacer, es crear una gran base de datos de clientes. TENGAS el tipo de negocio que tengas, esta será la clave de tu negocio. ¿Por qué? Te explicamos esto con nuestra propia empresa.
Nosotros encontramos la gran mayoría de clientes gracias a la puerta fría (nuestros comerciales buscan empresas que pueden estar interesadas en nuestro servicio de forma presencial). Nosotros, hemos creado un formulario con las características de las empresas que firman con nosotros, las que se lo piensan y después llaman y las que directamente no quieren nada. De ahí, hemos sacado exactamente qué características tienen las empresas que firman con nosotros, es decir, hemos encontrado las características de nuestra **empresa potencial**. Y a partir de ahí, nosotros buscamos a nuestros clientes. Ahora, este tipo de campaña en Facebook Ads, por ejemplo, se llamaría campaña con **audiencia similar**, no exactamente retargeting, pero me parece necesario que esto esté reflejado.
2. Vuelve a tu cliente. Una vez que el cliente ya te conoce, sabe qué hace, quién eres... Y se ha interesado por ti, debes volver a aparecer en su vida. Porque algo en ese justo momento no le hizo comprar, pero debes volver a recordarle que quería algo de ti.
Hay muchas formas de llegar.
 - Mail Marketing
 - Llamada telefónica
 - Facebook Ads
 - Google Ads (las campañas de display funcionan muy bien)

3. Audiencias similares. Como explicamos en el apartado 1, la clasificación de tu cliente potencial es esencial más que nunca. Ya que, una vez que sabes quién es realmente tu cliente potencial, puedes llegar a más clientes potenciales. Esto elevará tu empresa y tu facturación a otro nivel.

A la hora de crear una estrategia de marketing, este tipo de campañas es la que hace que tu estrategia sea efectiva, rentable y, sobre todo, lleve tu facturación a otro nivel.

No solamente hemos hablado de retargeting, recordad usar siempre las audiencias similares ya que esto hace abrir mucho más el embudo de ventas y de forma más consolidada, porque entras a un público que sabes que quiere de ti.