Publicado en Cancún, Quintana Roo el 10/10/2017

# [Marketing digital, 5 errores que cometen los emprendedores y las PyMES](http://www.notasdeprensa.es)

## Sin duda, tener una estrategia de marketing digital en un proyecto o empresa es de vital importancia para conseguir prospectos y clientes para el negocio, pero desafortunadamente muchos emprendedores y empresarios cometen errores en este proceso. A continuación, Aprendamos Marketing comparte los 5 errores más frecuentes que cometen los emprendedores y PYMES y que ha identificado en sus clientes y alumnos

 Es bien conocido por muchos empresarios y emprendedores que las estrategias de marketing digital y el uso de las redes sociales aumentan los prospectos y clientes de sus empresas, es por esto que de manera rápida intentan adoptar una estrategia de marketing digital. Desafortunadamente, muchos cometen errores en su implementación y no consiguen los resultados que desean, esto los lleva a la frustración, el desanimo y en algunos casos a tener que cerrar sus empresas por falta de ventas. Si se está por incursionar en el mundo digital con una empresa o ya se ha hecho, pero no se están teniendo los resultados esperados, a continuación se enuncian los 5 errores más comunes que muchos empresarios y emprendedores cometen. · Crear cuentas en todos los canales sociales desde un inicioEste error es muy frecuente, ya que es muy fácil crear una cuenta para una empresa en cualquier canal digital por ejemplo, Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin, Youtube, Pinterest, Snapchat etc... El problema es que hay que tener claro cuál de estos canales es más adecuado para la empresa. Aprendamos Marketing recomienda empezar por un canal y, una vez que se haya creado una comunidad alrededor del mismo, expandirse a algún otro, de esta manera se pueden enfocar los esfuerzos de mejor manera. Por ejemplo,. si se imagina que se tiene una tienda en línea de ropa y se deciden abrir todos los canales digitales, si apenas se está empezando o hay un equipo de trabajo pequeño, además de toda la operación de la tienda se tendría que, por ejemplo: crear publicaciones creativas en Facebook, compartir fotografías de conjuntos en Instagram, escribir en Twitter acerca de tendencias de moda relacionadas para un nicho de mercado, subir vídeos a Youtube mostrando las prendas y las diferentes formas en que se pueden combinar, crear contenido gráfico para Pinterest y además agregar contenido de manera frecuente a la historia en Snapchat. Todas estas tareas podrían ser muy abrumador y poco efectivas en un principio, por lo tanto la recomendación es que se empiece con la que se tenga mayor alcance, de acuerdo a un mercado objetivo, y enfocarse en tener una buena estrategia para ese canal. · No tener claro el arquetipo de clienteEs vital para una empresa definir claramente sus arquetipos de clientes, un arquetipo de cliente es una representación ficticia de uno de los segmentos de mercado que atiende la empresa. Esto ayudará no solo en la estrategia de marketing digital sino en muchos más aspectos de la empresa, cabe recordar que los clientes son la razón de existir de la empresa. Definir claramente los arquetipos de cliente ayudará a crear mejores imagenes, copy, ofertas, promociones y sobre todo ser émpatico con los retos y dolores de los clientes ideales. Una vez que se tenga definido un arquetipo de cliente será más fácil decidir qué canal digital es el mejor para empezar a captar prospectos calificados y clientes. · No tener una estrategia definida.Desde antes de iniciar, es importante saber claramente un objetivo al tener presencia digital de la empresa, con base en la experiencia de la agencia, la mayoría de los empresarios y emprendedores quieren aumentar sus ventas y es completamente válido y alcanzable, pero para esto es necesario tener una estrategia de marketing digital correctamente diseñada de acuerdo al ciclo de compra de cliente. Hablando de estrategia, un error que cometen muchas personas al crear su fanpage en Facebook es pedirle a sus amigos y familiares que le den a Me gusta en su página, aún cuando esas personas no son su mercado objetivo. Desde Aprendamos Makerting no recomiendan hacer eso, ¿Por qué? Resulta que al hacer esto se le da un mensaje incorrecto a Facebook, esas personas no necesariamente son un segmento de mercado importante para la marca y la ‘fanpage’ se llenará de ‘seguidores’ que en realidad no están interesados en el producto o servicio, simplemente lo hicieron por quedar bien con la persona que les invitó. Entonces, cuando se publique contenido en la fanpage nadie interactuará con él, ya que no será de su interés y Facebook disminuirá el alcance orgánico de manera significativa, ya que no se es relevante para estos seguidores. · Tener miedo a invertir en publicidad digitalPara muchos empresarios y emprendedores los recursos financieros suelen estar muy limitados, pero uno de los rubros en los que no se debe escatimar si se quiere lograr ventas es en publicidad. Muchos clientes y alumnos de Aprendamos Marketing se enfocan al 100% en crear un producto increíble, pero no le dan la importancia que merece a la inversión en publicidad y fracasan con su negocio. Por otro lado están las personas que siguen invirtiendo sólo en publicidad tradicional e impresa, piensan que la publicidad digital and #39;es muy cara and #39;; sin embargo, la publicidad digital es mucho más rentable que la publicidad tradicional, además de que es más fácil poder atribuir los prospectos y ventas generadas por la misma. ¿Por qué se dice que es más rentable? Por ejemplo, si se imagina que se decide repartir volantes impresos en un semáforo de un negocio de muebles y que en este volante se anuncia una promoción para comprar sala, comedor y recámara en un paquete a mejor precio, la mayoría de la gente que verá el volante impreso no será el mercado objetivo aun cuando se elija un semáforo en una zona de alto poder adquisitivo. En cambio si se hace publicidad digital para esta misma promoción pero se enfoca en parejas recién casadas, se llegará a muchas más personas con probabilidades de comprar ese paquete de muebles. · No darle la importancia que mereceMuchos empresarios piensan que el marketing digital y las redes sociales solamente son un tema de moda. Desafortunadamente para ellos esto no es correcto, de hecho cada vez más empresas adoptan este tipo de estrategias con éxito en diferentes industrias y mercados. Por lo anterior las empresas y emprendedores tienen 2 opciones: 1. Contratar a una agencia de marketing digital profesional que les ayude a diseñar e implementar una estrategia de marketing digital para su negocio. 2. Capacitarse o capacitar a un miembro del equipo de trabajo con una empresa profesional experta en el diseño e implementación de estrategias de marketing digital como es el caso de Aprendamos Marketing. Si se quiere tener éxito con la estrategia de marketing digital, se deben evitar estos 5 errores para lograr el objetivo de conseguir prospectos calificados y clientes para el negocio.

**Datos de contacto:**

Ruben Gallardo Lobato

http://aprendamosmarketing.com

+5219982932925

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/marketing-digital-5-errores-que-cometen-los](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Marketing Emprendedores E-Commerce



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)