

Canales

Los canales de publicidad son el medio ideal para presentar un servicio a los clientes potenciales. Principalmente a día de hoy se pueden diferenciar los canales de publicidad tradicionales y los canales de publicidad online. Como resultado, la televisión, la radio y la publicidad impresa ahora se utilizan en concierto con la publicidad basada en la tecnología, como correos electrónicos y sitios web. Los especialistas en marketing eligen su canal de publicidad en función de los presupuestos que tienen a su disposición y de los que proporcionarán la publicidad más efectiva y eficiente para la empresa.

No todos los clientes potenciales consumen el mismo canal de publicidad. Algunos escuchan la radio en el coche, mientras otros se pasan las tardes viendo la televisión. Por otra parte, está más que demostrado que, la mayoría de las personas van a consumir un poco de cada medio cada día.

Por lo tanto, si queremos hacer llegar nuestro mensaje, hay que optar por contactar con diferentes canales de publicidad.

Nosotros optamos por un canal tradicional. La prensa, la radio o la televisión. A día de hoy siguen siendo una muy buena opción, nos permite alcanzar un perfil de usuario que no utiliza internet. Por eso, es útil para alcanzar clientes potenciales de más edad. Como anuncios en vallas o autobuses ya que tienen un alto impacto debido a su tamaño y ubicación y Otros canales publicitarios, como flyers etc. También la participación en eventos relacionados con nuestro sector, para darnos a conocer entre los clientes y con otras empresas. Utilizar este tipo de publicidad tradicional no quiere decir que excluimos los medios digitales. De hecho, lo ideal es que intentemos complementar ambos canales de comunicación para intentar alcanzar al mayor público posible.

Aunque nuestra empresa está dirigida a un público de la 3era edad, no quiere decir que sus familiares más jóvenes no busquen una residencia como la nuestra para alojar a su familia, las redes sociales y crear una comunidad para fomentar el boca a boca digital ya que puede ser una estrategia muy efectiva para nuestro negocio. La web es nuestra carta de presentación y debemos cuidar tanto su imagen como si se tratase de nuestra tienda física, debe seguir nuestros objetivos y transmitirlos en los contenidos. El email es la mejor forma para proporcionar contenido de valor en newsletters. Los anuncios ya sea en los buscadores de Internet o en las redes sociales, podemos insertar publicidad de pago para alcanzar mayor audiencia o intentar aumentar nuestros posibles residentes.