El seguimiento de anuncios publicitarios: cómo aumentar tus beneficios



Si estás invirtiendo en publicidad, del tipo que sea, tradicional, en internet, necesitas saber si tu inversión está generando resultados. ¿Cómo puedes estar seguro de que tus anuncios están funcionando? La respuesta es a través del seguimiento de la respuesta publicitaria de cada anuncio que publicas.

No importa si tienes una tienda física, un negocio de servicios, una empresa de venta por correo o un negocio de marketing en línea, puedes pero sobre todo, debes medir la eficacia de tus anuncios.

En este artículo, te explicamos cómo hacerlo de manera efectiva.

Identifica qué publicaciones te generan beneficios

Cuando un nuevo cliente te llama o te visita, pregúntale cómo te ha conocido. Tal vez te diga que te ha encontrado a través de una publicación en las Páginas Amarillas o en un periódico local.

Registra las respuestas y las ventas resultantes de cada anuncio. Luego, analiza si cada anuncio en particular está produciendo los resultados deseados.

Si un anuncio te está generando beneficios de forma constante, sigue publicándolo. Si, por el contrario, el resultado de un anuncio es negativo o te genera pérdidas de forma sistemática, suspende su publicación.

Si tienes una empresa de venta por correo, puedes identificar cada anuncio de manera única. Por ejemplo, puedes añadir «Dpto. A» a tu nombre o dirección en el anuncio para indicar el número de julio de una revista específica. «Dpto. B» podría ser para el número de agosto de la misma revista, y así sucesivamente.

De esta manera, a medida que llegan los pedidos, puedes hacer un seguimiento de la respuesta y las ventas realizadas con cada anuncio. A partir de esa información, puedes determinar fácilmente la rentabilidad de tu anuncio en cada publicación.

Identifica qué anuncios te generan beneficios

El seguimiento de anuncios no solo puede mostrarte en qué publicaciones es rentable anunciarte, sino que también te ayudará a medir la eficacia de los propios anuncios.

Si cambias tu anuncio y los resultados del nuevo anuncio son

sistemáticamente mejores o peores, puedes tomar medidas: continuar o interrumpir el anuncio.

Te recomendamos cambiar solo un elemento del anuncio cada vez. Por ejemplo, si decides cambiar el precio, no cambies el titular. De lo contrario, no sabrás si la diferencia en los resultados se debe al cambio de precio o al cambio de titular. Para mayor seguridad, cambia sólo una cosa a la vez cuando pruebes tus anuncios.

En Internet, puedes utilizar programas y servicios de seguimiento que te ayudarán a determinar el origen de tus ventas y la eficacia de tu publicidad, la redacción de artículos y otras actividades.

Por lo tanto, tanto si tienes una tienda física, un negocio de servicios, una empresa de venta por correo o un negocio de marketing en línea, utiliza el seguimiento de anuncios para aumentar tus beneficios. Es una estrategia efectiva para identificar qué publicaciones y anuncios te generan los mejores resultados. Con esta información, podrás enfocar mejor tus recursos en las campañas publicitarias que te brindan mayores beneficios.