Estrategias de marketing para pequeñas empresas

Las siguientes son algunas estrategias de marketing especialmente dedicadas para pequeñas empresas que, en su mayoría, no requieren de mayor inversión, y que nos ayudarán a retener o conservar a nuestros clientes y/o a captar un mayor número de éstos.

Mantener contacto con los clientes

Una estrategia para retener o conservar clientes consiste en mantener comunicación con éstos una vez que nos hayan comprado o hayan hecho uso de nuestros servicios.

Para ello, en primero lugar debemos procurar conseguir sus datos personales, tales como su nombre, dirección, teléfono, email, fecha de cumpleaños; y apuntarlos en una base de datos.

Y, luego, comunicarnos con ellos, por ejemplo, para saber si el producto les llegó en las condiciones pactadas, para felicitarlos o agradecerles por su compra, para preguntarles cómo les está yendo con el producto, o para saludarlos por alguna festividad.

Al mantener comunicación con el cliente le recordaremos permanentemente nuestra marca o empresa, lo haremos sentir importante, le haremos saber que nos preocupamos por él, y, eventualmente, nos permitirá hacerle saber de nuestros nuevos productos y promociones.

Usar incentivos

Otra estrategia de marketing para retener a nuestros clientes y para captar un mayor número de ellos consiste en usar incentivos o promociones de ventas.

Por ejemplo, podríamos ofrecer un descuento a las personas que impriman un cupón publicado en nuestra página web y que nos lo presenten al momento de visitarnos.

Podríamos otorgarles a nuestros principales clientes un carnet de socio o tarjeta vip con la cual puedan tener acceso a ciertos beneficios tales como descuentos especiales.

O, podríamos hacer uso de tarjetas de puntos acumulables, en donde los clientes vayan acumulando puntos a medida que adquieran nuestros productos o servicios, y que luego, al acumular cierta cantidad de puntos puedan canjearlos por otros productos.

Usar testimonios

El uso de testimonios es otra estrategia de marketing que nos permitirá captar más clientes, y que no implica mayores costos.

Para ello, en primero lugar debemos ofrecer un producto o servicio de buena calidad, luego pedirles a nuestros principales clientes que nos brinden algún testimonio sobre la impresión o satisfacción que hayan tenido de nuestros productos o servicios.

Y, luego, publicar sus testimonios en alguno de los medios publicitarios que utilicemos, ya sea en nuestros folletos, página web, anuncios impresos, etc.

Mientras más sean los testimonios y mientras más importantes o conocidos sean los clientes que nos los hagan, mejor impresión causaremos.

Buscar referidos

Otra estrategia de marketing que nos permitirá captar más clientes consiste en buscar referidos, es decir, clientes que nos recomienden y nos lleguen a conseguir otros clientes.

Por ejemplo, podríamos otorgar descuentos especiales a los clientes que nos recomienden y lleven a nuestra empresa a otros clientes.

O, podríamos darles cupones a nuestros clientes para que los entreguen a sus conocidos; cupones con los que la persona referida pueda acceder a descuentos especiales o a la posibilidad de probar nuestros servicios gratuitamente.

Obsequiar artículos publicitarios

Otra estrategia para conservar y captar clientes consiste en obsequiar artículos publicitarios tales como lapiceros, llaveros, destapadores, gorros, camisetas, etc., que cuenten con el logo o nombre de nuestra marca o empresa.

Estos artículos publicitarios los podríamos obsequiar a todos nuestros clientes, o sólo a algunos, por ejemplo, a nuestros principales clientes o a aquellos que cumplan con un determinado número de compras.

Como consejo estos artículos publicitarios deben estar relacionados con el giro de nuestra empresa, y ser útiles para nuestro público objetivo; asimismo, debemos evitar artículos baratos y de mala calidad, pues podríamos dar una mala imagen de nuestra empresa.

El uso de artículos publicitarios nos permitirá estar cerca de nuestros clientes, recordarles permanentemente nuestra marca o empresa, y llamar la atención de potenciales clientes diferentes a quien posea el artículo.

Utilizar redes sociales

Finalmente, una estrategia de marketing de bajo costo que nos permitirá retener y captar clientes, sobre todo si nuestro público objetivo está conformado por un público joven, consiste en hacer uso de redes sociales.

Las formas más comunes de aprovechar las redes sociales son crear una página de empresa en Facebook y abrir una cuenta en Twitter para empresa.

Tanto Facebook como Twitter nos permiten captar seguidores, mantener contacto con ellos, fidelizarlos, promocionar productos, comunicar promociones, anunciar eventos, y otras ventajas más.

Un ejemplo del uso de redes sociales podría ser crear un video de nuestra empresa, por ejemplo, uno que cuente con testimonios de nuestros clientes, subirlo a YouTube, y luego promocionarlo a través de Facebook o Twitter.