

## ¿Cómo hacer publicidad en internet?

Jay Conrad Levinson define la esencia del **marketing de guerrilla** como "conseguir metas a través de métodos no convencionales, tales como invertir energía y trabajo en vez de dinero".

El marketing de guerrilla es una filosofía, un enfoque y una visión de un marketing **basado en la imaginación y la creatividad más que en el dinero o los recursos. Ésta es la forma que permitirá estar en el recuerdo de los clientes potenciales.** Si un cliente tiene decisiones de compra que duran mucho tiempo por ser cambios importantes para su organización podríamos hablar de meses durante los cuales va madurando su decisión aún antes de tomar ninguna acción específica; por lo tanto, el coste de mantener altos niveles de publicidad sería impensable.

La buena comunicación es vital para reflejar las políticas de la empresa y coordina el marketing con la estrategia empresarial, de tal forma que un cambio en las estrategias de negocio y de marketing de la organización se ha de traducir en un cambio en la estrategia de comunicación.

Si quiere acceder a través de la publicidad on line, piense en los siguientes requisitos:

1. Prepare su empresa para abordar los cambios, testee el concepto
2. Prepare su organización para que entienda y se motive con ellos
3. Identifique los mejores canales de comunicación
4. Vaya progresivamente y testee las respuestas
5. Sea divertido
6. Sea relevante
7. Prepárese para compartir información
8. Busque mantener relaciones estables con sus potenciales clientes
9. Sea proactivo
10. Asegúrese de segmentar bien su mercado
11. Calcule su ROI, se puede
12. Establezca objetivos altos

Es importante tener en cuenta los factores de estímulo:

1. Frecuencia de su inserción
2. Intensidad del estímulo
3. Insólito
4. Curiosidad
5. Emplazamiento

Su mensaje deberá ser persuasivo. Tenga las siguientes ideas en mente:

1. Quién lo dice; el 78% de la gente cree lo que otros dicen
2. Qué dice; el nivel de enlace emocional y racional
3. Cómo se dice; qué nivel de personalización se busca
4. A Quién se lo dice; el target buscado.