

¿Qué es el marketing de atracción?

Para poder definir el marketing de atracción es necesario comprender la estrategia de inbound marketing. El "marketing" es un término familiar al que muchos propietarios y directivos de empresas ya están acostumbrados. **El marketing de atracción comprende la estrategia de marketing que impulsa a ganar clientes o a "atraerlos" para que compren lo que ofrece el negocio.**

Lo significativo de esta estrategia de marketing es que contribuye a diferenciar tu marca o negocio, además de identificar los deseos y necesidades del público objetivo para definir los métodos de atención. Con el marketing de atracción se hace una invitación a dejar de lado las estrategias de los llamados a la compra de forma directa y a "mendigar" la atención de los clientes.



¿Sabes cómo dar visibilidad online a tu negocio?

¿Por qué necesitas implementar el marketing de atracción en tu negocio?

El éxito de las pequeñas empresas comienza con un plan de marketing bien pensado. Si se investiga bien sobre un plan de marketing sólido que utilizar, se puede encontrar una diversidad de estrategias, sin embargo, dependiendo de la naturaleza del negocio y los objetivos, es que se elige la opción más adecuada.

El marketing de atracción es una estrategia en la que se atrae a los clientes para que compren algo sin que se les diga que lo hagan. Su principio fundamental es mostrar cuán conveniente es el producto que se ofrece. No se le ofrece comprar el producto o servicio de forma directa, solo se les hace ver lo bueno que es tenerlo.

Los primeros pasos antes de implementar la estrategia de marketing de atracción

El marketing de atracción puede ser una estrategia muy eficaz cuando se desea ver triplicados los clientes potenciales. **Es una estrategia de marketing atemporal que los vendedores han utilizado y con la que han visto resultados en corto plazo.** Antes de proceder a implementarla, es importante tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

Hacerte notar

Cuando estás empezando tu negocio, tienes que hacerte visible y para ello hay diferentes mecanismos que puedes llevar a cabo para lograrlo. Empezando por crear un blog para reseñar los productos que tu negocio tiene en venta o describir los servicios que ofrece, sin olvidar la publicación de contenido de calidad que sea de interés del público objetivo.

Otra manera de hacer notar tu negocio es colocar contenido en la web, especialmente, en las redes sociales. Asimismo, registrar la información de contacto de la empresa en Google My Business, de manera que los internautas tengan la información básica para llegar al producto que les interesa.



[Descubre 5 Formas de mejorar tu SEO local y tu posicionamiento](#)

Ser realista

La calidad de tus productos y servicios se evidencian en las reseñas que dejan los clientes. Los clientes pueden notar con mucha facilidad cuando se les está tratando de vender algo que no funciona. **En este mundo en el que los negocios online están en auge, los clientes ya han ideado una forma de elegir a que negocio comprarle y esa elección está condicionada por la calidad del producto y la atención recibida.**

Es inteligente compartir solo lo que conoces sobre los artículos, no intentes impresionar a los clientes con productos de los cuales no tienes ni la experiencia de uso, ni la información completa de su composición. Se notará y no harán ninguna transacción con su negocio. Por lo que, mientras haya sinceridad de por medio y una atención acorde a las expectativas del cliente, seguro se concretará la venta.

Conocer los productos y servicios de tu negocio

Para convencer de manera sutil sin que noten que los estás convenciendo para que ejecuten una acción de compra, es necesario que construyas contenido de [calidad](#) a partir del conocimiento completo del producto y servicio que ofrece tu negocio. Que el cliente no tenga dudas a la hora de realizar la compra, ya que está convencido que es la solución a una necesidad concreta.

Conocer al público a quien te vas a dirigir

Para iniciar un negocio, es fundamental, darse a la tarea de conocer el mercado y la competencia. Asimismo, ante de iniciar con la estrategia de marketing de atracción, debes conocer primero el público al que te vas a dirigir, sus comportamientos de compra, sus gustos y preferencias. Esto es importante a la hora de realizar la planificación del contenido que se va a difundir con el fin de convencer.



Conoce [cómo funciona el SEO local para Google](#)

Elegir el canal adecuado

Cuando utilices el marketing de atracción, tienes que elegir el canal adecuado para tu mensaje. Las redes sociales desempeñan un papel importante a la hora de ampliar el alcance del marketing de atracción. La comunicación y la conexión con tus clientes de forma constante es una de las reglas más fundamentales.

Por esta razón, elegir una plataforma que admita contenido de formato largo es probablemente la estrategia ganadora. Sin embargo, **si solo tienes cuentas en plataformas visuales, como Twitter e Instagram, utiliza gráficos y vídeos para transmitir tu mensaje.**

Cómo utilizar el marketing de atracción

La pregunta que constantemente se escucha es: ¿Cómo utilizar el marketing de atracción para triplicar las ventas? El marketing de atracción puede ganar clientes potenciales para tu negocio muy rápidamente. Consiste en dar valor y ofrecer contenido gratuito para atraer a los posibles clientes o potenciales clientes hacia tu empresa.

La estrategia de atraer es no es hablar del producto, servicio o de la empresa, directamente. Se trata de captar la atención de la gente a un nivel inconsciente para que no sepan realmente que están siendo convencidos para pasar a la acción: Realizar la compra.

La estrategia es sencilla: Dar antes de tomar, es decir, vas colocando información valiosa en el mercado, al alcance del público objetivo, para atraerlos hacia tu negocio. Lo que das al principio, no es el producto o servicio, sino el conocimiento o la información que ayude al cliente a tomar una decisión acertada, basada en lo que vio y escuchó, previamente.



Aprende [8 formas de optimizar tu perfil de Google My Business](#)

¿Cómo dominar el marketing de atracción?

El principio básico del marketing de atracción es educar a los clientes sobre la "bondad" o la conveniencia de un producto antes de sugerirles, de forma disimulada, que lo compren. No le estás sugiriendo explícitamente que lo compre, simplemente le estás dando algo que probablemente le hará querer comprarlo.

El marketing de atracción consiste en educar a los clientes y el primer paso es que aprendan sobre su producto y/o servicio. Darle a conocer las ventajas de lo que tienes en venta y de qué manera, ese producto o servicio, es la solución para necesidades o problemas específicos de las personas. Si el cliente ve que es la solución que buscaba, no dudará en ejecutar la compra.

En cada publicación, menciona el producto por su nombre y genera hipervínculos a la página del producto, si es posible. Conecta una característica del producto con la tarea que ayuda a resolver. Por ejemplo, si una de las características de su servicio es la automatización, mencione cómo los servicios automatizados utilizan el aprendizaje automático para hacer su vida más fácil.

El marketing de atracción da a tu negocio un alcance importante. Ofrece a los clientes una forma de visualizar las ofertas de la empresa sin que tengas que contactar con un influenciador. **Así que, si quieres parecer más accesible a tus clientes con tu próximo lanzamiento, piensa en dar un giro al marketing de atracción.**