

CÓMO QUE CONSTRUIR SÍ UNA DÉ ESTRATEGIA DE MARKETING RESULTADOS

Guía práctica para alinear acciones y generar
resultados medibles



Tener *presencia* no es tener estrategia.
Puedes publicar, invertir en anuncios o estar activo en redes, pero si cada acción va por libre, el *resultado* será irregular. Una estrategia de marketing es lo que da *dirección, orden y sentido* a todo lo que haces para atraer, convertir y fidelizar clientes.

Índice sobre Estrategia de marketing

1_ ¿Qué es una estrategia de marketing?

2_ ¿Por qué muchas estrategias no funcionan?

3_ 6 claves para construir una estrategia que sí dé resultados

4_ Pasos para ordenar tus acciones de marketing

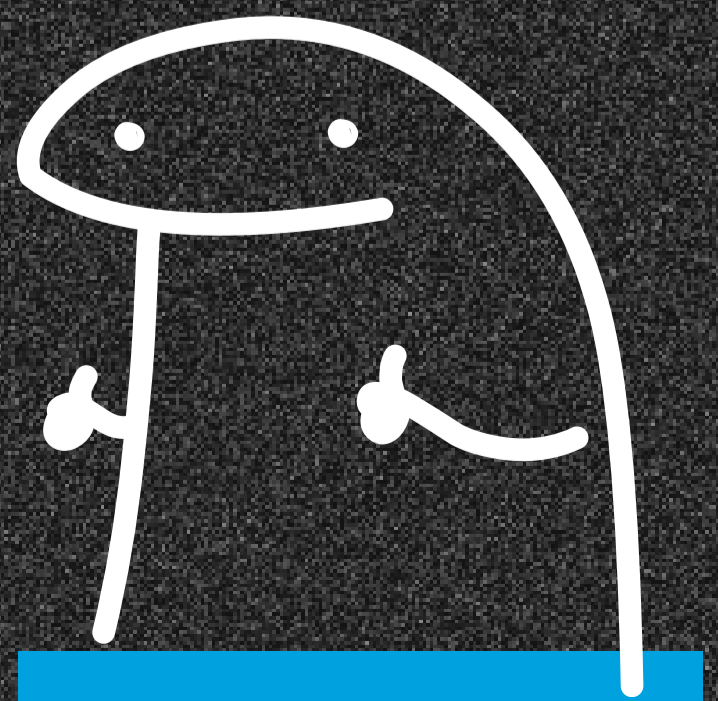
5_ Preguntas para validar tu estrategia

6_ Métricas que no puedes perder de vista

7_ Ejemplos de errores frecuentes

8_ Resumen práctico

9_ Recursos adicionales



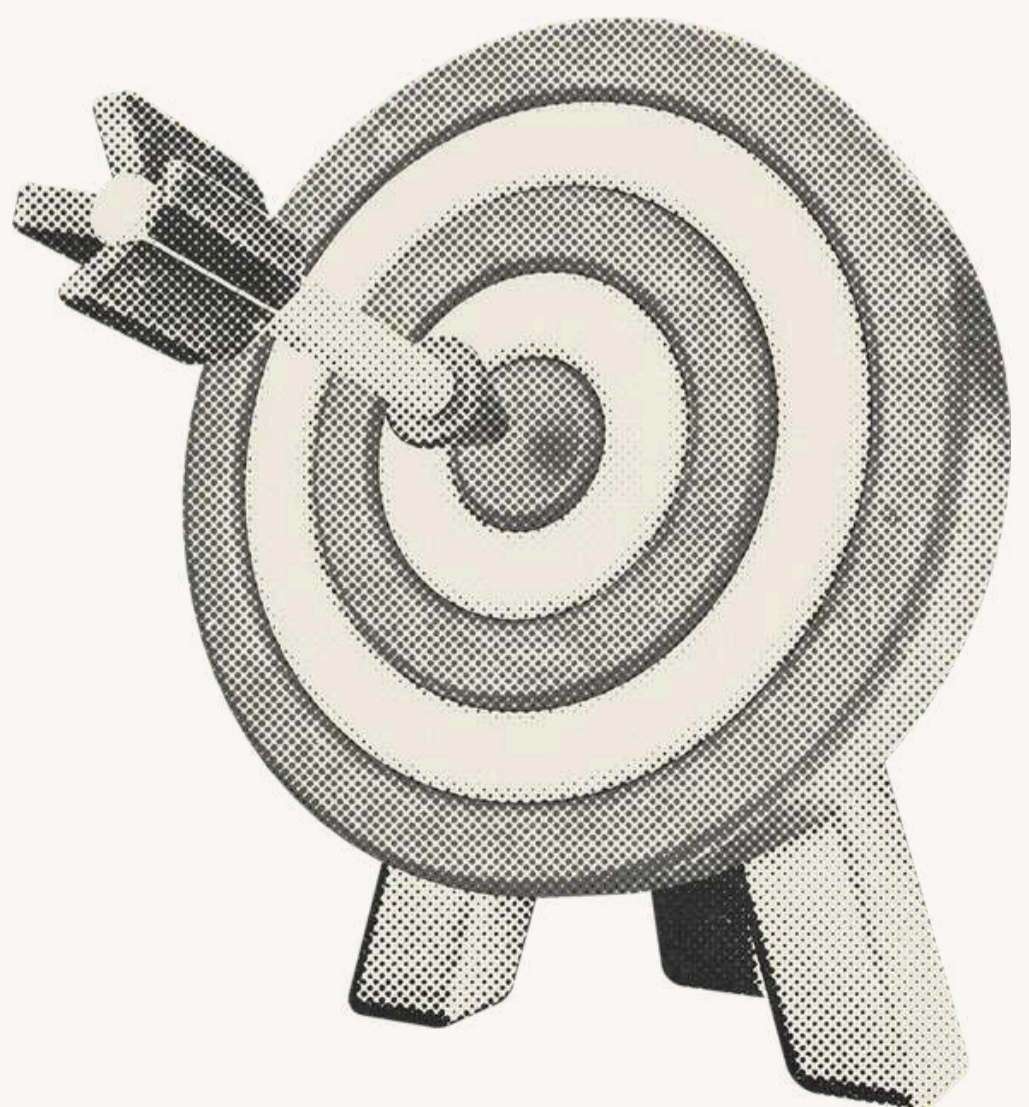
—¿Qué es una estrategia de marketing?

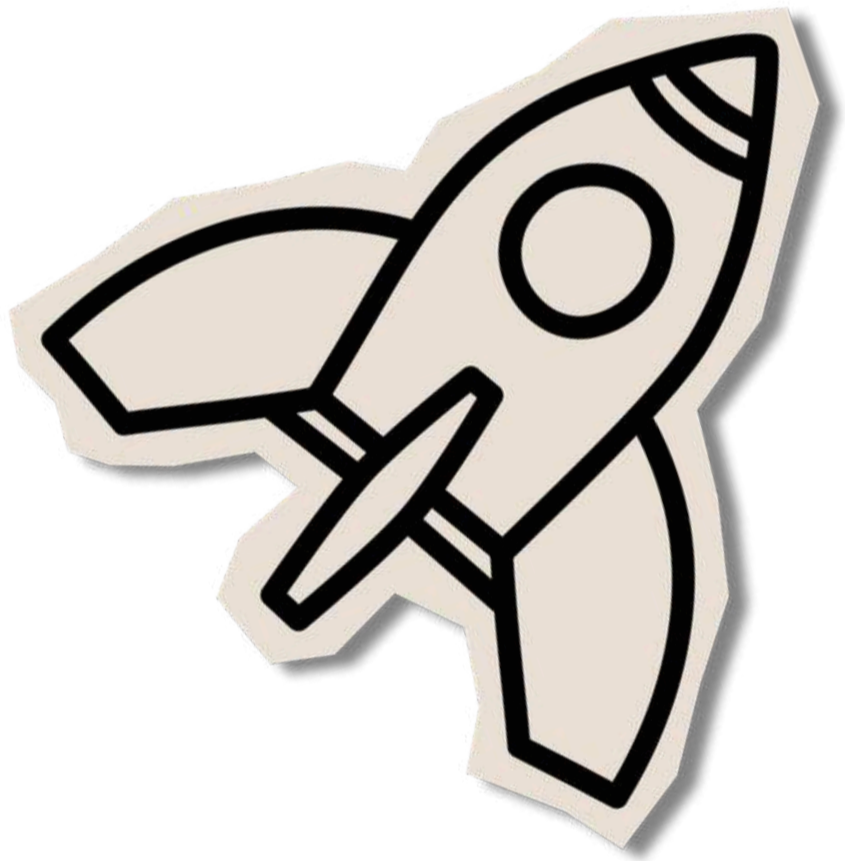
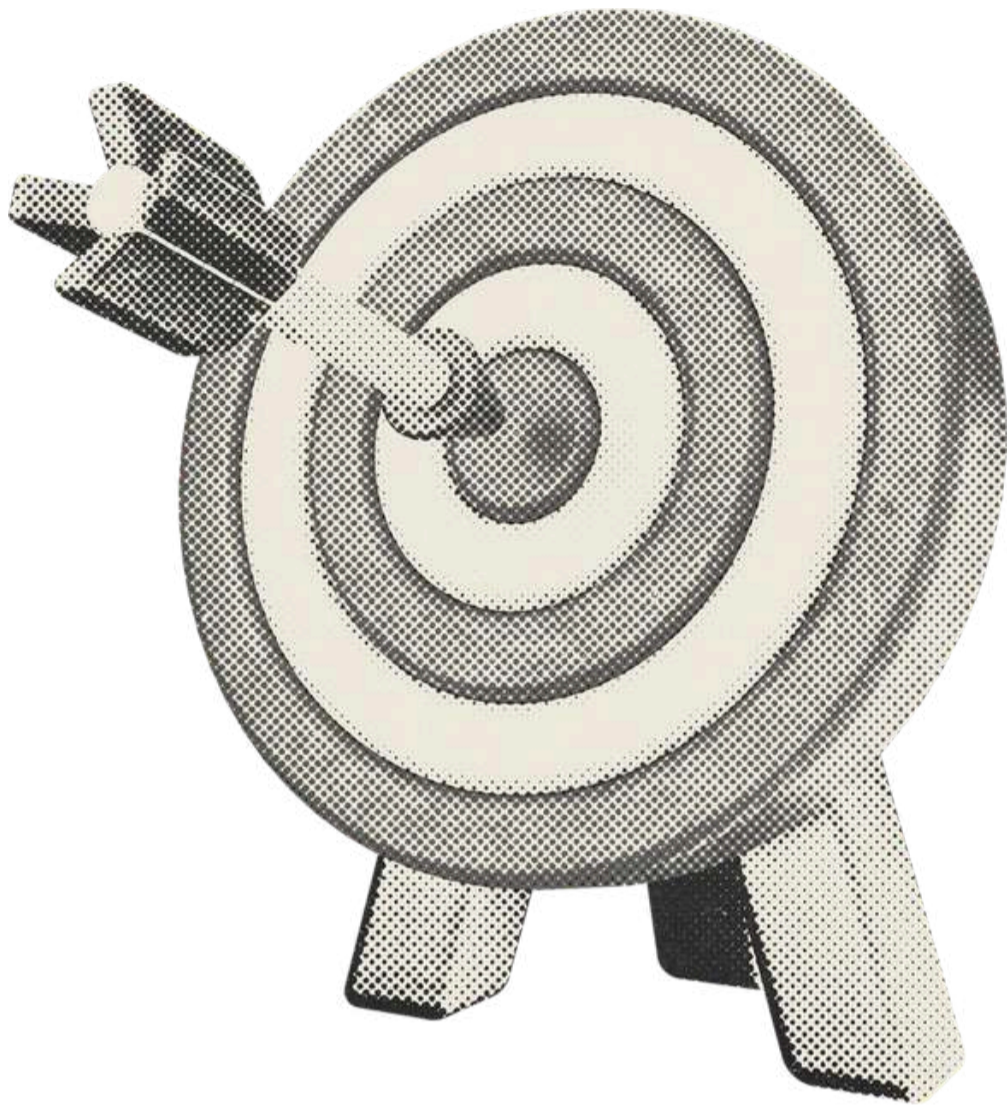
Una estrategia de marketing es un **plan** que **conecta** los **objetivos** de tu negocio **con las acciones** necesarias para alcanzarlos.

No consiste en hacer muchas cosas, sino en hacer las **adecuadas**, en el canal correcto, para el público correcto y con un propósito claro.

Cuando existe estrategia, cada contenido, cada campaña y cada mensaje responde a una **lógica**.

Sabes por qué lo haces, a quién te diriges y qué esperas conseguir. Esa coherencia es la que convierte la **actividad en resultados**.





—¿Por qué muchas estrategias no funcionan?

Porque **nacen desde la prisa**, no desde el **análisis**.

Muchas marcas publican sin objetivos, invierten sin revisar datos y repiten acciones porque “hay que estar”, no porque estén generando negocio.

También fallan cuando se centran solo en la visibilidad y olvidan el recorrido completo del cliente. No basta con atraer tráfico. Hay que *convertirlo, acompañarlo y medir qué está ocurriendo en cada etapa*.

Por eso, una estrategia útil no se construye desde la intuición aislada, sino desde la **observación**, la **priorización** y la **mejora continua**.

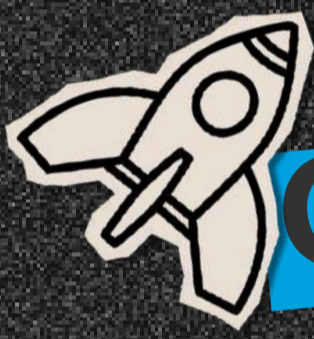


6 CLAVES para construir una estrategia

Que sí da resultados



— Pasos para ordenar tus acciones de marketing



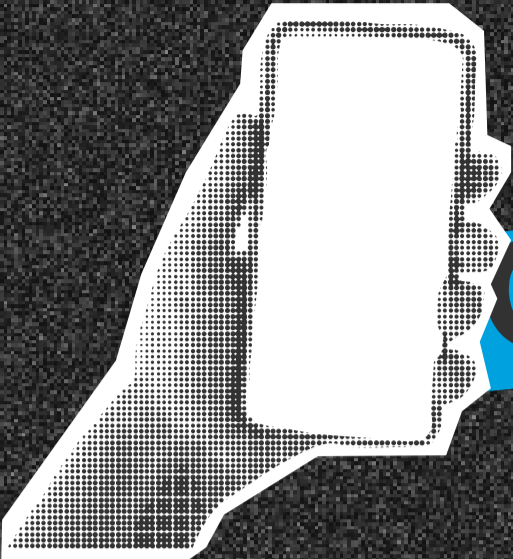
OBJETIVOS

Empieza por los **objetivos**. Si no sabes qué quieres conseguir, no podrás decidir qué canal usar ni qué KPI revisar. Captar leads, vender más, mejorar notoriedad o fidelizar no requieren las mismas acciones. Un buen objetivo **debe ser específico, medible y tener un plazo**, porque lo que no se concreta termina siendo difícil de ejecutar.



PUBLICO

Después, trabaja el **conocimiento del público**. Un buyer persona bien definido te ayuda a afinar mensajes, creatividades, formatos y propuestas. Cuanto mejor **entiendas sus necesidades**, más fácil será conectar.




CANALES ACTUALES

El siguiente paso es **revisar tus canales actuales**. Mira tu web, tus redes, tu email marketing, tu SEO y tus campañas de pago. Detecta qué aporta resultados y qué necesita optimización. **A veces el problema no es invertir poco, sino invertir sin foco.**



ACCIONES ESTRATEGICAS

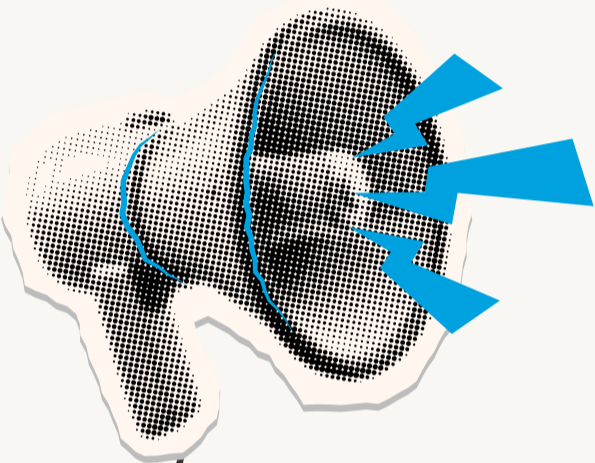
Con esa base, ya puedes **diseñar acciones estratégicas**. Campañas de publicidad, contenidos, posicionamiento orgánico, automatizaciones o branding: todo debe responder a una misma dirección y mantener consistencia en tono, mensaje y propuesta de valor.



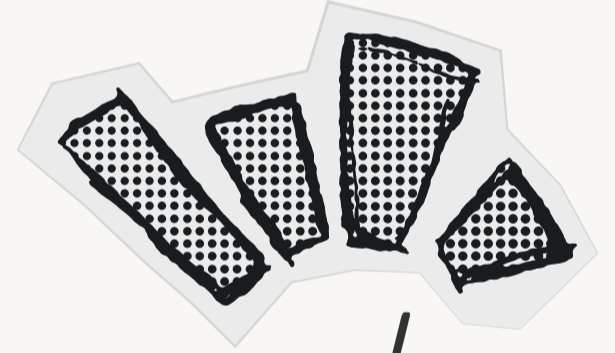
EMBUDO

Por último, **organiza el embudo**. La atracción trae visitas. La conversión transforma interés en oportunidad. La fidelización mantiene la relación y multiplica el valor del cliente. Si una de esas partes falla, el sistema pierde fuerza.

— Preguntas para validar tu estrategia



¿Tus objetivos son *concretos* o demasiado *genéricos*?



¿Cada acción responde a una *necesidad real* del negocio?



¿Sabes a *qué público* te diriges y *qué* le preocupa?



¿Tus *canales actuales* están medidos o solo *activos*?



*¿Tu web y tus campañas
convierten o solo generan
visitas?*



*¿Tienes definido qué vas a
revisar cada semana o cada
mes?*

Si una estrategia supera esta prueba, está mucho más cerca de convertirse en una herramienta de crecimiento real.

Y si todavía hay dudas, en **PayPerThink** podemos ayudarte a ordenar prioridades, detectar fugas y construir un plan más claro y rentable.

MÉTRICAS

que **NO** puedes

perder de vista



No hace falta medirlo todo. Hace falta medir lo importante.

Las métricas no están para llenar informes. Están para **ayudarte a decidir mejor.**

CAPTACIÓN

En captación, presta atención a los **leads generados**, al **coste por lead** y a la **tasa de conversión**.

VISIBILIDAD

En visibilidad, revisa el **tráfico web**, el **alcance**, el **CTR** y el **posicionamiento orgánico**.

AUDIENCIA

En relación con la audiencia, observa **aperturas**, **clics**, **interacción** y **respuesta a tus contenidos**.

NEGOCIO

Y en negocio, analiza **ventas**, **retorno de la inversión** y **evolución del cliente** en el embudo.

A decorative graphic on the left side of the page, featuring a piece of torn, translucent paper at the top and a large, stylized number '7' composed of a halftone dot pattern in white and blue below it.

EJEMPLOS

de ERRORES
frecuentes

Confiarlo todo a
un solo canal.

Crear contenido
sin una intención
clara.

Lanzar campañas sin una
landing preparada.

Medir solo likes
y no resultados
de negocio.

No revisar datos hasta
que el presupuesto ya
se ha consumido.

Cambiar de rumbo constantemente
sin tiempo suficiente para aprender.

RESUMEN PRACTICO

*Checklist de pasos
y recordatorio de KPIs*

Para que tu estrategia no se quede en teoría, aquí tienes un **resumen** rápido de **acciones** y **métricas clave** a seguir:



— Checklist de paso

- Define **objetivos** claros y medibles (KPIs).
- Conoce a tu **público**: crea buyer personas y segmenta.
- Evalúa tus **canales actuales**: web, redes, email, SEO, PPC.
- Diseña **acciones estratégicas**: campañas, branding y comunicación.
- Crea un **embudo** que convierta: atracción, conversión y fidelización.
- **Mide, analiza y ajusta**: métricas clave y optimización continua.

— KPIs para recordar

- **Conversiones** web y leads generados.
- **Engagement** en redes sociales.
- **CTR y ROAS** de campañas pagadas.
- **Tráfico orgánico** y ranking **SEO**.
- **Apertura y clics** en email marketing.

“

Lo que
no se mide,
no se mejora.

”

Anónimo



Una *estrategia de marketing* es un camino, no un destino. Cada paso que sigas te acerca a mejores resultados y a un conocimiento más profundo de tu negocio y tu público.

En PayPerThink ponemos a tu disposición **recursos adicionales** para que puedas seguir avanzando:

- Descarga más **guías prácticas y ebooks** sobre marketing digital.
- Solicita un **diagnóstico gratuito** de tus canales y descubre oportunidades concretas.
- Agenda una **auditoría personalizada y gratuita**, donde PayPerThink te mostrará cómo implementar mejoras reales y medibles.



PAYPERTHINK

**Algunos piensan que hay
que adaptarse al cambio.
Nosotros preferimos
provocarlo.**

Avda. Juan Carlos I, 1, local 2,

06800 Mérida

hola@payperthink.es

619 96 91 28

¡te esperamos!