

GUÍA PROFESIONAL · EVENS MARKETING

Cómo hacer crecer tu negocio con redes sociales y publicidad online

8 estrategias prácticas para conseguir más clientes sin malgastar presupuesto.

Por Nerea Paino — Fundadora de Evens Marketing

Evens Marketing es una agencia de marketing digital especializada en redes sociales, publicidad online, branding y páginas web — sin plantillas genéricas, con estrategia real detrás de cada proyecto.

evensmarketing.com

ÍNDICE

Lo que vas a encontrar aquí

1 El error que comete casi todo negocio

2 Parte 1 — Redes sociales

- Elige la plataforma por tu cliente, no por moda
- Contenido que conecta vs. contenido que solo decora
- La constancia gana más que la perfección

3 Parte 2 — Publicidad online

- Google Ads vs Meta Ads: cuándo usar cada una
- Cómo no quemar presupuesto en tus primeras campañas
- El remarketing: la venta que se te está escapando

4 Checklist final: 10 puntos antes de invertir un euro más

5 Sobre Evens Marketing

6 Siguiendo paso

ANTES DE EMPEZAR

El error que comete casi todo negocio

La mayoría de negocios no fracasan en marketing digital por falta de presupuesto, sino por falta de orden. Publican en redes sin un plan detrás, lanzan una campaña de anuncios copiando lo que ha visto en otra empresa, y cuando no llegan resultados, concluyen que "el marketing online no funciona para mi negocio".

La realidad es distinta: el marketing digital funciona cuando cada acción responde a un objetivo concreto, no cuando se hacen cosas sueltas esperando que alguna funcione.

Esta guía no es una lista de trucos. Es una forma de pensar tu estrategia en redes sociales y publicidad online para que cada euro y cada hora que inviertas tenga un propósito claro.

Está dividida en dos bloques —redes sociales y publicidad de pago— y termina con un checklist que puedes usar antes de lanzar tu próxima campaña o tu próxima publicación importante.

PARTE 1

Redes sociales

Antes de hablar de contenido o de constancia, hay una decisión que condiciona todo lo demás: en qué plataforma vas a estar presente.

1 Elige la plataforma por tu cliente, no por moda

No hace falta estar en todas las redes sociales. Hace falta estar donde está tu cliente, con el formato que mejor encaja con lo que vendes.

- **Instagram** funciona especialmente bien para negocios visuales: moda, decoración, gastronomía, servicios que se pueden mostrar en foto o vídeo.
- **TikTok** encaja con marcas que quieren llegar a un público más joven y que pueden mostrar procesos, curiosidades o contenido más informal.
- Si tu negocio es B2B o muy técnico, a veces vale más una presencia cuidada en una sola red que estar mal en tres.

Pregúntate: si mi cliente ideal tuviera 10 minutos libres en el móvil hoy, ¿en qué app los pasaría? Esa es tu prioridad.

2 Contenido que conecta vs. contenido que solo decora

Publicar con regularidad no sirve de mucho si el contenido no habla de lo que le importa a quien lo ve. Antes de diseñar una publicación, pregúntate qué duda, problema o deseo tiene tu cliente esa semana — y responde a eso, no solo a "lo bien que queda tu producto en foto".

El contenido que mejor funciona no vende directamente en cada publicación: educa, resuelve una duda pequeña o muestra el proceso detrás del negocio. La venta llega después, cuando ya hay confianza.

3 La constancia gana más que la perfección

Un perfil que publica con frecuencia moderada pero constante genera más confianza —y mejores resultados con el algoritmo— que uno que solo publica de forma perfecta cada mucho tiempo. No necesitas publicar todos los días; necesitas un ritmo que puedas sostener durante meses.

Regla práctica: mejor 2-3 publicaciones semanales sostenidas en el tiempo, que una campaña intensa de 10 publicaciones que se apaga a las dos semanas.

Y algo igual de importante: responder. Los comentarios y mensajes directos son donde de verdad se construye la relación con quien te sigue. Una marca que contesta con cercanía genera más fidelidad que una que solo publica y desaparece.

Tres errores frecuentes en redes sociales:

- Publicar solo ofertas y promociones, sin contenido que aporte antes de vender.
- Cambiar de estilo visual y de tono cada pocas semanas, lo que impide que la marca se reconozca.
- No revisar qué contenido funciona mejor y seguir repitiendo lo que no da resultado.

PARTE 2

Publicidad online

Las redes sociales construyen marca y confianza a medio plazo. La publicidad de pago, bien usada, acelera resultados concretos: más visitas, más leads, más ventas. Pero solo si se plantea con cabeza.

1 Google Ads vs Meta Ads: cuándo usar cada una

Google Ads captura una demanda que ya existe: alguien escribe en el buscador porque ya tiene el problema o la necesidad. Es la opción más directa cuando tu servicio se busca activamente (reparaciones, urgencias, servicios profesionales).

Meta Ads (Instagram y Facebook) crea demanda: muestra tu marca a alguien que encaja con tu público, aunque no te estuviera buscando en ese momento. Funciona mejor con productos visuales o cuando el objetivo es dar a conocer la marca.

La combinación que mejor funciona casi siempre no es elegir una sola plataforma, sino usar Meta Ads para generar interés y Google Ads para capturar a quien ya está decidido.

2 Cómo no quemar presupuesto en tus primeras campañas

- **Empieza con un objetivo único** por campaña (leads, ventas, tráfico), no varios a la vez: mezclar objetivos confunde al algoritmo y encarece resultados.
- **No apagues la campaña demasiado pronto.** Las plataformas necesitan unos días de aprendizaje antes de optimizar bien; juzgar resultados a las 24-48h suele llevar a decisiones erróneas.
- **Segmenta con criterio**, no al público más amplio posible. Un público más ajustado, aunque sea más pequeño, casi siempre da mejor coste por resultado.
- **Prueba 2-3 creatividades distintas** desde el inicio para saber qué mensaje conecta mejor, en vez de apostararlo todo a un único anuncio.

3 El remarketing: la venta que se te está escapando

La mayoría de personas no compran ni contratan en la primera visita a tu web o perfil. El remarketing —mostrar anuncios a quien ya interactuó contigo— recupera buena parte de esas oportunidades que, sin él, se pierden para siempre.

Si inviertes en captar tráfico pero no tienes remarketing activo, estás pagando por visitas que probablemente no vuelvan a verte nunca más.

ANTES DE INVERTIR UN EURO MÁS

Checklist: 10 puntos para revisar tu estrategia

- ☐ Sé exactamente en qué plataforma está mi cliente ideal y por qué.
- ☐ Mi contenido en redes aporta algo antes de intentar vender.
- ☐ Tengo un ritmo de publicación que puedo mantener durante meses, no solo semanas.
- ☐ Respondo a comentarios y mensajes de forma habitual.
- ☐ Sé si necesito captar demanda (Google Ads) o generarla (Meta Ads) en este momento.
- ☐ Cada campaña de publicidad tiene un único objetivo claro.
- ☐ No juzgo el resultado de una campaña antes de que termine su periodo de aprendizaje.
- ☐ Tengo el remarketing activado para no perder visitas que ya me conocen.
- ☐ Reviso qué contenido y qué anuncios funcionan mejor, y ajusto en consecuencia.
- ☐ Mido resultados con regularidad, no solo cuando algo va mal.

SOBRE LA AUTORA

Evens Marketing



Evens Marketing es una agencia de marketing digital fundada por **Nerea Paino**, especializada en redes sociales, branding, publicidad online y páginas web.

Cada proyecto se piensa desde cero: sin plantillas genéricas ni fórmulas copiadas de un cliente a otro. Se trabaja de forma cercana y directa, entendiendo primero el negocio antes de proponer cualquier estrategia.

Esta guía recoge la misma forma de trabajar que se aplica en cada proyecto: estrategia antes que estética, y datos antes que intuición.

SIGUIENTE PASO

¿Quieres que lo hagamos por ti?

En Evens Marketing diseñamos y gestionamos tu estrategia de redes sociales y publicidad online de principio a fin: sin plantillas genéricas, con un plan pensado para tu negocio.

691 12 53 29

WhatsApp / Teléfono

@Evensmarketing

Instagram

evensmarketing.com

Web