



10 Técnicas de

MARKETING

Para impulsar tu negocio

Cómo atraer más clientes, aumentar tu visibilidad y construir una estrategia comercial más completa.

Por Hugo Lucero



LEADBOUND
MARKETING



“El Marketing no se trata solo de publicar en redes sociales. Se trata de crear un sistema que ayude a tu negocio a ser visible, generar confianza y convertir oportunidades en ventas.”

Hugo Lucero
Leadbound Marketing
Marketing que no solo se ve, se siente y se vende.



Tu negocio necesita **más** que una sola acción de marketing

Muchos negocios creen que **hacer marketing** significa publicar en redes sociales o lanzar una campaña de vez en cuando. Pero en realidad, el marketing funciona mejor cuando varias acciones trabajan juntas con un mismo objetivo: atraer clientes, generar confianza y vender más.

- Un volante puede llevar a WhatsApp.
- Un evento puede generar contactos.
- Una campaña puede atraer prospectos.
- El SEO puede posicionarte en Google.
- Un correo puede cerrar una venta.

La clave no está en hacer todo al mismo tiempo, sino en elegir las técnicas correctas según tu negocio, tu audiencia y tu objetivo comercial.

En este book encontrarás 10 técnicas de marketing que pueden ayudarte a fortalecer tu presencia, mejorar tu comunicación y construir un sistema más efectivo para generar oportunidades reales.

“El marketing no es una acción aislada. Es un sistema conectado para atraer, convencer y vender.”

ÍNDICE

	Impresos6
	Eventos8
	Contenidos10
	Campañas12
	Redes sociales14
	Mapas16
	Colaboraciones18
	SEO20
	Relaciones públicas22
	Email Marketing24
	Conclusión26
	Contáctanos28

01



Técnica 1: **IMPRESOS**

Los impresos son materiales físicos como: volantes, tarjetas, brochures, catálogos, lonas, flyers, menús o folletos que ayudan a presentar tu marca de forma tangible.



Aunque vivimos en un entorno digital, los impresos siguen funcionando porque permiten que una persona tenga contacto directo con tu marca. Son útiles en puntos de venta, eventos, entregas, ferias, visitas comerciales o activaciones.

¿Para qué sirven?

Sirven para explicar rápidamente que haces, que vendes, donde encontrarte y como contactarte. También ayudan a reforzar la confianza cuando el material está bien diseñado, tiene buen mensaje y conecta con una acción clara.

¿Cómo ayudan a vender?



Un impreso puede convertirse en una puerta de entrada hacia una conversación comercial. Puede llevar a una persona a escanear un QR, visitar una landing page, escribir por WhatsApp o solicitar una cotización

Recomendación práctica

No diseñes impresos solo “bonitos”.
Diseña impresos con intención comercial:
mensaje claro, oferta concreta, datos de
contacto visibles y un CTA (call to action)
directo.

Error común

Entregar volantes sin estrategia,
sin seguimiento y sin una llamada
a la acción clara.

“Un buen impreso no solo informa: debe provocar una acción.”

02



Técnica 2: **EVENTOS**

Los eventos son espacios presenciales o digitales como: ferias, exposiciones, activaciones, lanzamientos, webinars, desayunos empresariales, demostraciones, conferencias o experiencias de marca.



Los eventos son espacios presenciales o digitales donde una marca puede conectar directamente con clientes potenciales, aliados o comunidades específicas.

¿Para qué sirven?

Sirven para generar confianza, mostrar el valor del producto o servicio, resolver dudas en tiempo real y construir relaciones que difícilmente se logran solo con anuncios.



¿Cómo ayudan a vender?

Un evento permite que las personas conozcan la marca, interactúen, con el equipo, vean una demostración y dejen sus datos. Bien ejecutado, puede convertirse en una fuente de prospectos calificados.

Recomendación práctica

Cada evento debe tener un objetivo claro: generar registros, agendar citas, conseguir contactos, presentar un producto o cerrar oportunidades comerciales.

Error común

Asistir a un evento sin material comercial, sin base de datos, sin guión de venta y sin seguimiento posterior.

“Un evento no termina cuando se acaba. Termina cuando das seguimiento a los contactos generados.”

03



Técnica 3: **CONTENIDOS**

El contenido puede ser: video, fotografía, blogs, carruseles, reels, ebooks, casos de éxito, tutoriales o testimonios



El contenido es todo material que una marca crea para comunicar, educar, entretener, inspirar o vender.



¿Para qué sirven?

Sirve para explicar lo que haces, demostrar experiencia, responder preguntas frecuentes y construir confianza antes de que una persona compre.

¿Cómo ayudan a vender?



El contenido acerca al cliente a la decisión de compra. Cuando una marca educa, muestra resultados y comunica con claridad, el prospecto entiende mejor el valor de lo que está comprando.

Recomendación práctica

Crea contenido con intención.
No publiques solo por llenar el calendario.
Cada pieza debe responder a una pregunta, resolver un objeción, mostrar un beneficio o invitar a dar el siguiente paso.

Error común

Crear contenido sin estrategia, sin CTA (call to action) y sin relación con los objetivos comerciales del negocio.

“El contenido correcto hace que tu cliente entienda por qué debe elegirte”

04



Técnica 4: **CAMPAÑAS**

Las campañas se pueden realizar en plataformas como:
Facebook, Instagram, Google, Tiktok, YouTube o LinkedIn.



Son estrategias publicitarias pagadas que permiten mostrar anuncios públicos específicos.



¿Para qué sirven?

Sirve para aumentar la visibilidad, generar tráfico, captar leads, recibir mensajes, conseguir registros, promocionar productos o impulsar ventas.

¿Cómo ayudan a vender?



Una campaña bien configurada puede llevar tu mensaje a personas con mayor probabilidad de estar interesadas en lo que ofreces. Además, permite medir resultados como clics, mensajes, formularios, conversiones y costo por lead.

Recomendación práctica

Antes de lanzar una campaña, define el objetivo: reconocimiento, interacción, tráfico, mensajes, formularios o ventas. Después adapta el anuncio, la segmentación y el presupuesto a ese objetivo.

Error común

Invertir en anuncios sin estrategia, sin medición y sin una oferta clara para el cliente.

“Una campaña no es solo pagar anuncios. Es conectar mensaje, audiencia, oferta y medición.”

05



Técnica 5: **REDES SOCIALES**

Facebook, Instagram, Tiktok, LinledIn y otras plataformas permiten compartir contenido, interactuar con usuarios, resolver dudas y mostrar personalidad.





Las redes sociales son canales donde las marcas pueden comunicar, posicionarse, generar comunidad y mantenerse presentes en la mente de sus clientes.

¿Para qué sirven?

Sirven para construir presencia digital, generar confianza, mostrar productos o servicios, compartir contenido de valor y mantener comunicación constante con la audiencia.

¿Cómo ayudan a vender?



Las redes sociales influyen en la percepción de compra. Una marca activa, clara y profesional genera más confianza que una marca desactualizada o sin presencia.

Recomendación práctica

Define pilares de contenido: educativo, comercial, prueba social, entretenimiento y autoridad. Así evitarás publicar al azar.

Error común

Usar redes sociales solo para vender, sin aportar valor ni construir confianza.

“Las redes sociales no solo muestran lo que vendes; muestran por qué deberían confiar en ti.”

06



Técnica 6: **MAPAS**

Los mapas digitales como: Google Maps y Google Business Profile, ayudan a que un negocio aparezca cuando las personas buscan productos o servicios cerca de su ubicación.





Son especialmente importantes para negocios locales, servicios a domicilio, tiendas físicas, restaurantes, clínicas, talleres, despachos, inmobiliarias, constructoras y proveedores regionales.

¿Para qué sirven?

Sirven para que los clientes encuentren tu ubicación, horarios, teléfono, sitio web, reseñas, fotografías y rutas de llegada.



¿Cómo ayudan a vender?

Cuando una persona busca una solución cerca de ella, aparecer en mapas puede convertirse en una llamada, una visita, una solicitud de cotización o un mensaje.

Recomendación práctica

Mantén actualizado tu perfil: nombre correcto, categoría, horarios, teléfono, fotos reales, servicios, publicaciones y reseñas.

Error común

Crear el perfil y abandonarlo, sin fotos, sin reseñas, sin publicaciones y con datos desactualizados.

“Si tu cliente te busca cerca y no apareces, estás perdiendo oportunidades.”

07



Técnica 7:

COLABORACIONES

Son alianzas estratégicas con otras marcas, creadores, influencers, proveedores, clientes o negocios complementarios.





No siempre se trata de pagarle a un influencer. También puede ser una alianza comercial, una recomendación cruzada, un contenido compartido, un evento conjunto o una promoción entre marcas.

¿Para qué sirven?

Sirven para llegar a nuevas audiencias con mayor confianza, porque el mensaje viene respaldado por alguien que ya tiene una relación con ese público.



¿Cómo ayudan a vender?

Una buena colaboración puede generar alcance, reputación, recomendaciones, contenido, prospectos y ventas. Funciona mejor cuando ambas partes tienen audiencias compatibles.

Recomendación práctica

Elige colaboraciones por afinidad comercial, no solo por cantidad de seguidores.
Pregunta: ¿esta audiencia puede convertirse en cliente?

Error común

Colaborar con personas o marcas que tienen alcance, pero no tienen relación con tu público objetivo.

“Una buena colaboración no solo te da visibilidad; te acerca a la audiencia correcta.”



Técnica 8: SEO

Incluye contenido, palabras clave, estructura web, velocidad, títulos, descripciones, imágenes, enlaces y experiencia del usuario.



El SEO es la optimización de un sitio web para que pueda aparecer mejor posicionado en Google cuando las personas buscan productos, servicios o soluciones relacionadas con tu negocio.

¿Para qué sirven?

Sirve para atraer tráfico orgánico, es decir, visitas que llegan a tu sitio sin pagar por cada clic.

¿Cómo ayudan a vender?



Cuando una persona busca en Google algo relacionado con tu servicio, ya existe una intención. Si tu sitio aparece con contenido claro y una propuesta atractiva, aumentan las posibilidades de generar una cotización, llamada o compra.

Recomendación práctica

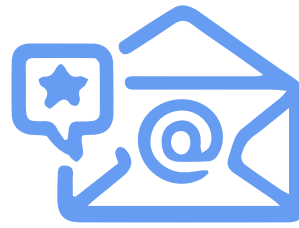
Crea páginas específicas para tus servicios principales. Cada página debe tener una palabra clave, un título claro, una descripción útil, imágenes optimizadas y un CTA (call to action) visible.

Error común

Tener una página web bonita, pero sin estructura SEO, sin contenido suficiente y sin llamados a la acción.

“El SEO permite que tus clientes te encuentren justo cuando están buscando una solución.”

09



Técnica 9:

RELACIONES PÚBLICAS

Pueden incluir notas de prensa, entrevistas, menciones en medios, alianzas institucionales, participación en eventos, comunicación interna, voceros, testimonios y manejo de reputación.



Las relaciones públicas son acciones estratégicas para construir reputación, credibilidad y confianza alrededor de una marca.

¿Para qué sirven?

Sirven para fortalecer la percepción pública de una marca y construir autoridad frente a clientes, aliados, medios y comunidades.

¿Cómo ayudan a vender?



Una marca con buena reputación genera más confianza. Las relaciones públicas ayudan a que las personas vean a la empresa como una opción seria, profesional y confiable.

Recomendación práctica

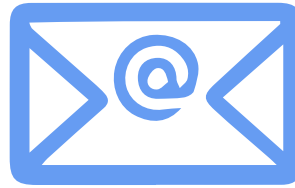
Identifica qué historias puede contar tu marca: casos de éxito, lanzamientos, logros, impacto local, alianzas, innovación o participación en eventos.

Error común

Pensar que relaciones públicas solo significa salir en medios. También se trata de construir relaciones estratégicas y cuidar cómo la marca es percibida.

“La reputación también vende. Una marca confiable tiene más oportunidades de ser elegida.”

10



Técnica 10:

EMAIL MARKETING

Puede usarse para enviar promociones, novedades, invitaciones, contenido educativo, recordatorios, cotizaciones, secuencias de seguimiento o campañas de reactivación.





El email marketing es el uso estratégico del correo electrónico para comunicarte con prospectos, clientes o personas interesadas en tu marca.

¿Para qué sirven?

Sirve para mantener una comunicación directa con personas que ya mostraron interés en tu negocio. A diferencia de las redes sociales, el correo permite una relación más personalizada y medible.



¿Cómo ayudan a vender?

El email puede nutrir prospectos, recuperar oportunidades, dar seguimiento a cotizaciones y mantener presente a la marca hasta que el cliente esté listo para comprar.

Recomendación práctica

No envíes correos masivos sin intención.
Segmenta tu base: prospectos, clientes,
interesados, asistentes a eventos,
cotizaciones pendientes o clientes inactivos.

Error común

Enviar correos solo para vender, sin aportar
valor, sin personalización y sin medir
aperturas, clics o respuestas.

“El email marketing convierte mejor cuando el mensaje correcto llega a la persona correcta en el momento correcto.”

LEADBOUND
MARKETING



El marketing

***funciona* MEJOR**

cuando TODO
está

CONECTADO

Estas 10 técnicas no deben verse como acciones separadas.

Funcionan mejor cuando se conectan dentro de una estrategia:

- Un impreso puede llevar a una landing.
- Un evento puede alimentar una base de datos.
- Un contenido puede responder objeciones.
- Una campaña puede generar prospectos.
- Las redes pueden construir confianza.
- Google Maps puede captar búsquedas locales.
- El SEO puede atraer clientes con intención.
- El email puede dar seguimiento.
- Las relaciones públicas pueden fortalecer reputación.
- Las colaboraciones pueden abrir nuevas audiencias.

No todos los negocios necesitan hacer todo al mismo tiempo. Pero todo negocio necesita claridad sobre qué técnica usar, cuándo usarla y cómo medirla.

¿Quieres saber qué técnica necesita tu negocio?

En Leadbound Marketing te ayudamos a crear estrategias de marketing pensadas para generar visibilidad, prospectos y ventas reales.

Agenda un diagnóstico de marketing y descubre qué acciones pueden ayudarte a impulsar tu negocio.

Leadbound Marketing
Publicidad que convierte. Marketing que se siente.



Agenda tu diagnóstico de marketing y comienza a construir **una estrategia que sí trabaje por tu negocio**



Escanea el QR y consigue este **ebook totalmente GRATIS**

CONTÁCTANOS



WhatsApp
55 1580 9898



Correo
contacto@leadboundmkt.com



Sitio web
www.leadboundmkt.com

LEADBOUND
MARKETING



