

Marketing Digital para Ópticas: estrategia y acciones para tus redes sociales y web



¿QUIERES DISPONER DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL QUE TE AYUDE A CONSEGUIR CLIENTES PARA TU ÓPTICA? EN ESTE ARTÍCULO, TE EXPLICAMOS CÓMO CREARLA.

Internet es un escenario ideal para hablar con potenciales clientes, en especial las redes sociales, ya que es en ellas en las que pasan gran parte de su tiempo. Esto genera una predisposición por su parte que hace que una estrategia de marketing digital para ópticas funcione y sea eficiente.

Cada vez son más las personas que invierten su tiempo de ocio y de trabajo en Internet. Aquí, hablan de tú a tú con las marcas y escuchan las recomendaciones que otros consumidores hacen de ellas. Además, la compra en tiendas online gana terreno año tras año, y cada vez es vista como la gran alternativa a la compra convencional.

Dicho esto, ¿quieres disponer de una estrategia de comunicación digital que te ayude a conseguir clientes para tu óptica? Sigue leyendo, porque aquí te explicamos cómo crearla.

¿Cómo crear una estrategia de Marketing Digital para Ópticas?

Antes de ponerte a implementar acciones para atraer clientes o crearte una reputación digital de marca, te recomiendo que traces tu estrategia de marketing digital para ópticas. De esta manera, vas a conseguir dirigirte a tus metas de una forma más concreta y, por tanto, conseguir el éxito que buscas con ellas.

¿Y esto cómo se hace? No te preocupes porque te vamos a indicar el paso a paso para que la crees. Y, si deseas profundizar en ella, puedes leer la guía sobre estrategia en redes sociales (<https://soniadorulimia.com/guia-definitiva-crear-plan-social-de-media-marketing/>).

1 Analiza tu situación digital y la de tus competidores

Es muy interesante realizar una auditoría interna y externa porque va a hacer que seas consciente de cuál es tu posicionamiento de marca en Internet y en el sector de las ópticas.

Por ejemplo, analizando en qué redes sociales están otras marcas, cuáles utilizas tú, número de seguidores, si se incluye un blog en la web o hay un ecommerce instalado.

Este benchmarking te dará un punto de partida real de tu situación.

2 Haz un DAFO y un CAME de tu óptica

Crear una buena estrategia de Marketing Digital para Ópticas requiere saber manejar los puntos fuertes y oportunidades que tienes, a la vez que corriges tus debilidades. Analízalos, evalúalos y extrae lo mejor de ellos.

3 Define los objetivos que buscas y mídelos

Ten en cuenta dos premisas:

1. Que los objetivos sean SMART
2. Que los KPI se puedan medir en las redes sociales o en medios digitales

Por ejemplo, vender más no es específico, más bien es un deseo. Y, a no ser que tengas un eCommerce, no lo vas a poder medir desde el área del Marketing Digital.

4 Crea tu Buyer Persona

Este punto es uno de los más importantes de tu estrategia de Marketing Digital para Ópticas porque centra el mensaje de la conversación que vas a mantener con tus tipos de cliente ideal. Es necesario que tus publicaciones estén pensadas para ellos, para satisfacer sus necesidades.

5 Decide cómo será tu presencia en Internet

Con todo el trabajo que llevas realizado ya puedes concretar las acciones y los lugares en los que tu óptica tendrá presencia.

Lee unas líneas más abajo y te cuento cuáles son.

6 Crea un calendario editorial

Crea y aplica un calendario editorial que recoja:

1. Cuándo vas a publicar y dónde
2. De qué vas a hablar en esas publicaciones y qué tipo de contenido
3. A cuál de tus Buyer Persona van dirigidas las publicaciones.

7 Mide los resultados

Cuando hablamos de Marketing Digital para Ópticas es imprescindible medir si las acciones que estás implementando te acercan a conseguir los objetivos.

Es decir, la analítica digital te ayuda a validar la estrategia.

Te sugiero que, al menos, lo hagas una vez al mes.

Acciones Digitales para el éxito de una estrategia de Marketing Digital para Ópticas

Es el momento de implementar la planificación que has desarrollado con los pasos anteriores.

A continuación, te muestro qué puedes hacer, concretamente, en las redes sociales y en tu web, para que la estrategia de Marketing Digital de tu Óptica sea un éxito.

Optimización de una web de Ópticas

Si no tienes una web, hazla.

No te conformes solo con estar en Instagram o alguna otra red

social. ¿Te imaginas qué pasaría con tu negocio si cierra esa red? La optimización se realiza, básicamente, desde tres áreas:

1. **Que tenga una buena usabilidad para tus clientes de óptica:** hablamos, básicamente, de que encuentren fácilmente lo que buscan. La arquitectura web es fundamental aquí.
2. **Que genere una buena experiencia de usuarios:** en lo que te tienes que fijar aquí es que ese usuario que ha visitado tu web quiera volver. El diseño es importante.
3. **Que posicione en los buscadores:** buscamos gustar a motores de búsqueda como Google o el de las redes sociales, para que te posicionen en un buen puesto en su ranking. Te interesa ser visible.

eCommerce en una web de ópticas

La compra a través de una tienda online está cada vez más presente entre los usuarios de Internet. La comodidad de comprar sin desplazarse a la tienda física va ganando la partida poco a poco.

Incluirla en tu web te ayuda a vender a través de las redes sociales, ya que, por ejemplo, Instagram o Pinterest, te permiten vincularla directamente con el producto.

Elegir las redes sociales para ópticas

Si estuviera tomando un café contigo y me preguntaras cuáles son las mejores redes sociales para que funcione una estrategia de marketing digital para ópticas, esta sería mi respuesta:

1. **LinkedIn:** para enfocarte en una persona que necesita mejorar su visión porque pasa mucho tiempo delante del ordenador.
2. **Instagram:** para llegar a las personas que tienen una vida dinámica y buscan lentillas, las que quieren estar a la última y buscan diseño en las gafas y otros perfiles que seguramente ya tienes identificados por la gente que llega a tu óptica.
3. **TikTok:** aquí buscamos conectar con un público más joven que quiere algo divertido, cómodo, versátil y que potencie su carácter.
4. **Facebook:** céntrate en personas de más de 50 años y mantén la actividad para que tengas buenos resultados en Instagram y en tu publicidad allí.

Marketing de contenidos para tu óptica

Un blog es un elemento clave para el posicionamiento de tu web en buscadores como Google. Por eso, siempre es muy recomendable incluirlo en tu estrategia de Marketing Digital para Ópticas.

Te ayuda a conectar con tu cliente porque le ayudas a solventar sus dudas, aportando el contenido de valor que él espera de tu marca. Además, es una forma natural de dar visibilidad a tus productos de forma nada invasiva. De esta manera, serán mucho mejor recibidos que con otras estrategias.

Publicidad: Social Ads y Google Ads

Hacer publicidad en redes sociales (Social Ads) y en Google (Google Ads) es un elemento que debe estar presente en tu

estrategia de Marketing Digital para Ópticas, pero nunca debería ser el eje entorno al cual gire.

No te olvides de dedicarle parte del presupuesto que tienes para la comunicación digital, pero tampoco le des el protagonismo de "la película".

Influencers o embajador de marca para lucir tus gafas

Lo primero que te quiero comentar aquí es que un influencer no es una celebrity. Quiero decir, que, muchas veces, no hace falta pagar grandes cantidades de dinero para tener a un referente que luzca tus gafas.

Lo importante es que esa persona que elijas tenga interacciones en las redes sociales. No mires los seguidores porque esto no garantiza que tu producto sea visto por potenciales clientes.

Email Marketing para ópticas

La graduación de la vista cambia con el paso de los años.

¿Tienes alguna estrategia de fidelización con esos clientes que ya te han comprado? ¿Y con los que dudan en comprarte?

Plantea una estrategia en la que, poco a poco, tu marca genere confianza en ellos.

Esta confianza es la clave para que te compren y siempre debe estar presente en todas las acciones que desarrolles de Marketing Digital para Ópticas.

En este artículo te he dejado un apasionante trabajo por delante. Ahora, te cedo el testigo, como en los relevos, para que avances en tu camino y consigas el éxito de tu negocio. Empieza ya a trazar tu estrategia de Marketing Digital para Ópticas. ■



Autora: **Sonia Duro Limia**

Profesora en EADA. Co-fundadora de Leader Selling, Consultora de Digital Selling especializada en Social Selling y marketing de contenidos. Licenciada en Psicología y más de 25 años en ventas.

Web: <https://soniadurolimia.com>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/soniadurolimia>

