

Pauta para negocios de servicios locales

Campañas locales que traen clientes, no solo clics

Pautar para un negocio local es distinto a vender productos en línea. No necesitas llegar a todo el país, necesitas a las personas correctas cerca de ti listas para contratar. Esta guía te muestra como estructurar tus campañas paso a paso para que cada peso invertido vuelva en forma de cliente.

Paso 1: Define el objetivo correcto

Antes de poner un peso, decide que quieres que pase. En servicios locales casi siempre es generar contactos: llamadas, mensajes de WhatsApp o formularios.

- Si vendes por conversacion, usa el objetivo de mensajes o clientes potenciales
- No uses objetivo de alcance o interacciones, eso no paga las cuentas
- Un objetivo por campaña, no mezcles

Paso 2: Segmenta por zona y cercanía

El radio geografico es tu mejor amigo. Apunta solo donde de verdad puedes atender.

- Define un radio realista alrededor de tu zona de cobertura
- Excluye zonas a las que no llegas para no gastar de mas
- Ajusta edad e intereses solo si tu servicio lo exige

Paso 3: Arma un anuncio que hable claro

El cliente local quiere saber rapido que ofreces, en que zona y como contactarte. Nada de mensajes confusos.

- Primera linea con el problema o el beneficio
- Menciona la ciudad o el barrio para generar cercania
- Llamado claro: escribenos por WhatsApp hoy
- Foto real del servicio, no imagenes genericas

Paso 4: Empieza con un presupuesto controlado

No necesitas mucho para empezar a aprender. Lo importante es darle a la campaña tiempo para optimizar.

Un presupuesto diario pequeño y estable durante una semana entera te da mas datos que apagar y prender la campaña a cada rato. Deja que el sistema aprenda antes de juzgar resultados.

Paso 5: Atiende rapido lo que llega

La mejor campaña falla si no contestas a tiempo. El cliente local compara y se va con el primero que responde.

- Contesta los mensajes en menos de 10 minutos en horario laboral
- Ten respuestas listas para las preguntas típicas
- Lleva un registro de cuantos contactos se vuelven clientes

Paso 6: Mide costo por contacto y por cliente

El numero que importa no es cuantos clics tuviste, sino cuanto te costo cada cliente real.

- Calcula cuanto pagaste por cada mensaje o llamada
- Calcula cuanto pagaste por cada cliente que cerro
- Sube presupuesto solo a los anuncios que traen clientes baratos
- Apaga lo que gasta sin convertir

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com