



En este artículo te mostraremos cuáles son las formas efectivas de promocionar tus productos en tu tienda online para generar más tráfico en tu sitio y efectivizar ventas aprovechando al máximo tus recursos.

Si eres de los que se están iniciando en el mundo digital y necesitas comenzar a vender obteniendo buenos resultados, este post te será de gran ayuda.

Existen varias formas de promocionar un producto, te mostraremos cuáles son y cómo llevarlas a cabo.

- **Código de descuento**

Una de las maneras más efectivas es aplicar códigos de descuentos a los productos de tu tienda. A todo el mundo le gusta recibir un descuento especial, es por ello que en tu tienda online puedes aplicarlos.

Una opción es otorgarles a tus primeros clientes este código para que lo puedan utilizar en sus próximas compras. También puedes implementarlos en fechas especiales: Navidad, Día del amigo, Black Friday, etc.

Puedes promocionar tus códigos a través de tus redes sociales o emails para que quienes vean tus publicaciones se enteren y puedan aplicarlo.

Si aún no has implementado los códigos de descuentos dentro de tu tienda da [clic aquí](#) para enterarte cómo hacerlo.

- **Ofrece tus productos en tu círculo íntimo**

Casi todos los negocios digitales comienzan ofreciendo sus productos a su red de amigos y familiares. Seguramente existan interesados por lo que ofreces.

Es por ello que para comenzar puedes enviar mensajes a tus contactos avisándoles que estás iniciando un nuevo proyecto, invitándolos a tu tienda online. De esta forma también conseguirás apoyo para tu marca, likes en tus redes sociales y tus primeras recomendaciones.

- **URL de tu tienda**

Otra forma muy efectiva de promocionar tus productos es tener visible la url de tu tienda online. Chequea entonces que se encuentre en tus redes sociales en la descripción de tu perfil, en tu WhatsApp, en los emails que envías; en donde sea que te vayas a mostrar, allí debe estar presente la URL de tu tienda.

Es importante que aunque tengas pocos seguidores en alguna de tus redes sociales, todas sean públicas y cuenten con la dirección de tu sitio. Ya que a pesar de que un usuario no te siga podrá vincularse fácilmente con tu marca a través de este enlace.

- **Promociona tus productos por publicidad paga**

Otra forma muy recomendable es promocionar tus productos a través de tus anuncios Facebook Ads, Instagram Ads o Google Ads. No es solo una estrategia para grande empresas, sino que a cualquier persona que la aplique le resultará positiva para su tienda.

Además en términos publicitarios, resultan planes económicos si los comparamos con otro tipo de publicidad más tradicional. Y si realizas una buena segmentación del público a cuál la diriges llegarás a muchas personas más que las que puedes alcanzar por otro medio.

Como primer paso, antes de comenzar a publicitarte realiza un análisis de tu audiencia, dónde es que interactúan con más frecuencia, cuál es su perfil, en qué zona geográfica se encuentran.

Siendo más específicos define tu Buyer Persona, que será el público al cuál apuntarás. Te recomendamos este artículo para que amplies toda la información > [¿Que es el Buyer Persona y como implementarlo en tu ecommerce?](#)

Luego escoges la o las redes donde aplicarás tu campaña de marketing y la dirigirás a tu público objetivo.

- **Vincúlate con la prensa**

Por último, luego de arrojar varias herramientas vinculadas a las redes, la tecnología y las acciones que tú mismo puedes llevar a cabo, recurrimos a una técnica un poco más antigua pero no menos efectiva: las relaciones públicas.

Hoy en día cualquier emprendedor puede tener acceso a los medios de comunicación, no es como antes, que solo las grandes corporaciones accedían a los mismos.

Es por ello que puedes proponerte redactar algún artículo o nota sobre tu proyecto, contextualizando la actualidad y el desarrollo de tu sector en el mercado y enviársela a los medios de comunicación que tengas a tu alcance o que consideres a fines para tu marca.

Si logras que la nota tenga información relevante, llame la atención o sea un hecho noticioso, seguramente algún periódico, blog o página web, quiera publicarla o contactarse contigo para una entrevista.

Recuerda siempre que debes redactar informes que no sean de venta directa, concéntrate en un contenido más informativo, curioso o relevante de tu actividad.

Ahora que tienes a mano varias estrategias sobre cómo promocionar tus productos es hora de poner manos a la obra y abordarlos para ver cómo tu marca comienza a expandirse.

¡Te deseamos buenas ventas!