

La importancia de las tarjetas de visita

Aunque hoy en día, las tendencias de marketing, publicidad y comunicación también hacia internet, no debemos por ello descuidar a la publicidad impresa tradicional que puede hacernos captar muchos clientes para nuestro negocio. De hecho las grandes firmas siguen trabajando con **imprentas de publicidad** y haciendo folletos, catálogos, encartes, flyers promocionales y tarjetas de visita. Mucho, además.

Tarjetas de visita, flyers y folletos

Todas estas herramientas del marketing anterior a internet, que podríamos denominar marketing tradicional, siguen siendo igual de eficientes que lo eran antes de la aparición del e-marketing ya que por lo general, cuantas más técnicas de mercadeo se usen, mejor.

Siempre debemos de valorarlas todas, y en base a nuestros objetivos, público y presupuesto, elegir las que mejor se adapten; sean o no online. Sean o no tradicionales, valorando y mucho la posibilidad de combinarlas si procede.

Por ello son numerosos los empresarios que siguen apostando por [imprimir tarjetas de visita](#) (profesionales, realizadas con papeles tipo cartulina, incluyendo un mapa que muestre el local comercial en un sencillo croquis, con todos los datos de contacto incluyendo teléfono, fax, mail, twitter, facebook y skype), los folletos dejados en diferentes establecimientos de hostelería frecuentado por turistas y los flyers (cuartillas publicitarias repartidas en la calle) repartidos por distintas personas en zonas concurridas, con ofertas puntuales del establecimiento en cuestión, incluyendo códigos QR...y el siempre efectivo buzoneo.

Las tarjetas de visita permiten crear una imagen de seriedad y responsabilidad de un empresario o comercio mientras que los folletos ayudan a añadir bonitas fotografías junto a textos que atraigan la curiosidad o interés de potenciales clientes hacia nuestra empresa.

Por su parte, los flyers o folletos sirven para fomentar acciones concretas (rebajas, descuentos si se presentan los flyers en el establecimiento, muestras gratuitas, concursos, etc.) que ayudarán a que la empresa, producto o marca “sea noticia” y tenga visibilidad en zonas acotadas, propagándose por el boca a boca (también llamado boca-oreja) o mediante las redes sociales, alcanzando una distribución geográfica mucho más concisa y segmentada que la que puede ofrecer cualquier otro medio o soporte publicitario.

Contar con una [imprenta de publicidad](#) con experiencia no solo en la impresión, sino en el diseño creativo (y efectivo) de los artes finales, va a ser clave para maximizar los resultados y para conseguir los objetivos buscados.

Obviamente, el **presupuesto de imprenta** y presión, y la agilidad en convertir archivos (de RGB a CMYK a 300 dpi con Photoshop u otros programas de diseño), los plazos de entrega y la calidad de impresión también serán importantes...y diferenciarán un servicio ejemplar de otro de menos calidad.

Además, los expertos en mercadeo insisten en la necesidad de combinar este tipo de acciones más o menos tradicionales (de publicidad impresa) con otras más modernas y virtuales (mediante internet), para lograr que una empresa y sus productos estén en boca de todos. Y se compren y se usen, claro!

Finalizando, nuevamente destacar la enorme fuerza de combinar acciones online y offline, consiguiendo verdaderas campañas multimedia que nos permitan reimpactos de calidad, visibilidad extrema llevando al consumidor a la acción; con presupuestos de publicidad ajustados y acciones publicitarias que en otros tiempos estaban estrictamente reservadas a grandes empresas, y totalmente fuera del alcance de las PYMES y emprendedores.

David Guiu

Director de www.OPEN-buzoneo.com (diseño, imprenta y reparto de publicidad en toda España) y **www.SOCIALetic.com** (Diario de Noticias Online y Marketing Viral @socialetic)