

GUÍA PRÁCTICA — LIBERA STUDIO

Qué necesitas *antes* de invertir en marketing.

La base de presencia digital que debe existir antes de gastar en ads o contenido, para no perder ese dinero.

Gastar en atraer tráfico a algo que no convierte

Invertir en anuncios o contenido antes de tener la base lista es la forma más rápida de gastar presupuesto sin resultados. Antes de mover un peso a marketing, verifica esto:

☐ **Tienes una propuesta de valor clara en una frase**

Si no puedes explicar en 10 segundos qué resuelves y para quién, ningún anuncio lo va a explicar por ti.

☐ **Tu sitio o perfil dice qué hacer después**

Un visitante que llega y no sabe si escribir, llamar o comprar, se va. Necesitas un solo siguiente paso, bien visible.

☐ **Tienes forma de capturar el contacto**

Formulario, WhatsApp directo o ambos. Si la única opción es "búscanos en redes", estás perdiendo a la mitad de las personas interesadas.

☐ **Sabes qué pasa con ese contacto después**

¿Alguien responde en menos de un día? ¿Hay seguimiento? Si el mensaje se pierde en un chat sin dueño, el anuncio pagó por nada.

☐ **Puedes medir de dónde viene una visita o un cliente**

Aunque sea básico (Google Analytics o Meta Pixel). Sin esto, no sabrás qué está funcionando y seguirás gastando a ciegas.

☐ **Tienes al menos una red social activa, no abandonada**

Mejor una sola red actualizada que cinco con el último post de hace ocho meses.

02 – SEÑALES DE QUE TODAVÍA NO ES MOMENTO

Espera antes de invertir en ads si...

- Cambias de oferta o precios seguido — vas a pagar por atraer gente a algo que ya no existe cuando llegue.
- No tienes quién responda mensajes en horario razonable — el tráfico pagado sin respuesta rápida se convierte en quejas, no en ventas.
- Tu sitio tarda en cargar o se ve roto en celular — la mayoría del tráfico de ads llega desde el teléfono.
- No has vendido nunca sin publicidad — si el boca a boca o el tráfico orgánico no convierte nada, un anuncio no arregla el fondo del problema, solo lo hace más caro.

03 – QUÉ SÍ HACER PRIMERO

El orden que sí funciona

1. **Ordena tu presencia base.** Sitio o landing simple, con un mensaje claro y un solo camino de contacto.

2. **Prueba con tráfico orgánico o boca a boca primero.** Si nadie convierte ahí, encuentra por qué antes de pagar por más volumen del mismo problema.

3. **Cuando conviertas manualmente, escala con presupuesto pequeño.** Empieza con lo mínimo para probar el canal, no con el presupuesto completo del mes.

¿Tu base está *lista*?

Hacemos una revisión honesta de tu presencia digital antes de recomendarte gastar un peso en publicidad.

liberastudio.tech/#contacto