

# WEBINAR

---



**Andrea Segura**  
CEO & Founder

## 5 Métodos Probados para Incrementar las Ventas de tu Empresa de Seguridad este 2024

---

# ¿Qué aprenderás?

---

## Temas a Revisar:

- Consejos para que tu sitio web convierta más.
- Consejos para implementar en tus campañas de Google Ads.
- Explora las posibilidades que traen los anuncios en Youtube.
- Trucos y segmentación para tus campañas en META Business Suite.
- El remarketing tu mejor amigo.

# Consejos para mejorar la conversión en tu sitio web

# Establece objetivos claros

---

## ¿Cómo?

- **Realiza un Análisis de Necesidades y Mercado:**

¿Qué están buscando en términos de servicios de seguridad? Identifica sus principales preocupaciones o desafíos y asegúrate de abordarlos en tu página de destino.

- **Identifica el Propósito Principal de la Página.**
- **Define Métricas de Éxito.**
- **Alinea el Contenido y el Diseño con los Objetivos.**



# Encabezados y títulos atractivos

## Identifica el Valor Principal y destaca tu propuesta de valor

¿Qué beneficios únicos o soluciones brindas a tus clientes?

Ejemplos:

- Disponibilidad inmediata
- Análisis de riesgo gratuito
- Productos de calidad
- Sueldo altamente competitivo.

## Utiliza Palabras Emocionales

Usa palabras que generen emociones y conecten con las preocupaciones y deseos de tu audiencia.

Ejemplo:

- Protege
- Seguridad
- Tranquilidad
- Bienestar

## Sé Claro y Conciso

El titular debe ser claro y directo, captando la atención del visitante de inmediato.

Ejemplo:

- Servicio de Guardias Intramuros

# Crea contenido atractivo y Persuasivo



1

## Destaca los Beneficios

**¿Cómo mejorará la vida de tus clientes al contratar tus servicios de seguridad privada?**

En lugar de simplemente enumerar las características de tus servicios, enfatiza los beneficios que ofrecen.

2

## Identifica los Dolores de tu Cliente

Qué problemas de seguridad están enfrentando tus clientes potenciales y cómo puedes ayudarlos a resolverlos? Aborda esos puntos de dolor en tu texto.

3

## Utiliza Estructura y Jerarquía

Organiza el contenido de manera lógica y utiliza una jerarquía visual clara para guiar al visitante a través de la página. Usa encabezados, viñetas y espacios en blanco para mejorar la legibilidad y la comprensión.

# Crea contenido atractivo y Persuasivo

4

## Usa Testimonios y Pruebas Sociales

Comparte reseñas, testimoniales o casos de éxito de tus clientes actuales, esto ayudará a generar confianza y aumentar la credibilidad de tu empresa.

5

## Simplifica el Diseño

Evita el exceso de elementos visuales o texto que puedan abrumar al visitante. Un diseño limpio y minimalista permite que los mensajes clave destaquen.

6

## Navegación Intuitiva

Asegúrate de que la navegación por la página sea intuitiva y fácil. Los visitantes deben poder encontrar rápidamente la información que están buscando y acceder al formulario de contacto o llamada a la acción sin problemas.

# Consejos de Diseño: Selección de Imágenes



Utiliza imágenes que representen los **beneficios** de tus servicios de **seguridad privada**. Por ejemplo, imágenes de familias felices y seguras en sus hogares transmiten el mensaje de protección y tranquilidad.



Si es posible, incluye imágenes que muestren **resultados tangibles** de tus servicios, como sistemas de seguridad instalados o fotografías de tu personal de seguridad en acción.



Utiliza imágenes de alta calidad que sean **nítidas**. Las imágenes borrosas o poco profesionales pueden disminuir la credibilidad de tu empresa.



# La magia del CTA (CALL TO ACTION)

Una CTA efectiva dirige a los visitantes hacia la **acción** que deseas que tomen. Debe identificarse fácilmente, ser **comprensible** al primer vistazo y **destacarse visualmente** del resto del contenido.



## Toma nota:

1. El lenguaje de tu CTA debe ser claro, específico y orientado al objetivo de tu página de destino.
2. Utiliza verbos imperativos como "cotizar", "contactar", "solicitar", "obtener", "proteger"
3. Usa colores contrastantes.
4. Tamaño de fuente mayor.
5. Coloca la CTA en un lugar prominente de la página donde sea fácilmente visible.

# Aspectos a considerar por Dispositivo



## Vista en Dispositivo Móvil

- **Diseño Responsivo:** lo que significa que se adapte automáticamente al tamaño de la pantalla del dispositivo sin sacrificar la legibilidad o la estética.
- Contenido **Claro y Conciso** por el espacio es limitado en dispositivos móviles
- Call to Action (**CTA**) prominente y accesible.
- **Menú Simplificado:** Menú de hamburguesa/desplegable para mantener la navegación simple.
- **Imágenes Optimizadas:** carga rápida y tamaño adecuado
- **Formularios Simplificados**

# Aspectos a considerar por Dispositivo

---

## Vista en Computadora de Escritorio

- **Diseño Espaciado:** diseño más expansivo y utiliza espacios en blanco estratégicamente para mejorar la legibilidad y la estética.
- **Contenido Más Detallado:** puedes incluir más detalles y contenido informativo en la landing page sin preocuparte tanto por el espacio limitado.
- **Call to Action (CTA):** Explora diferentes estilos y ubicaciones.
- **Menú de Navegación:** puedes optar por un menú de navegación visible en la parte superior de la página.
- **Imágenes de mayor resolución** pero siempre optimizadas para web para no alentar tus tiempos de carga.
- **Formularios Más Detallados** pero aún así deben ser fáciles de completar.



# Seguimiento de métricas claves en tu Página de Destino

Identifica y lleva control de las **acciones y métricas clave** que son relevantes para tu página de destino, como:

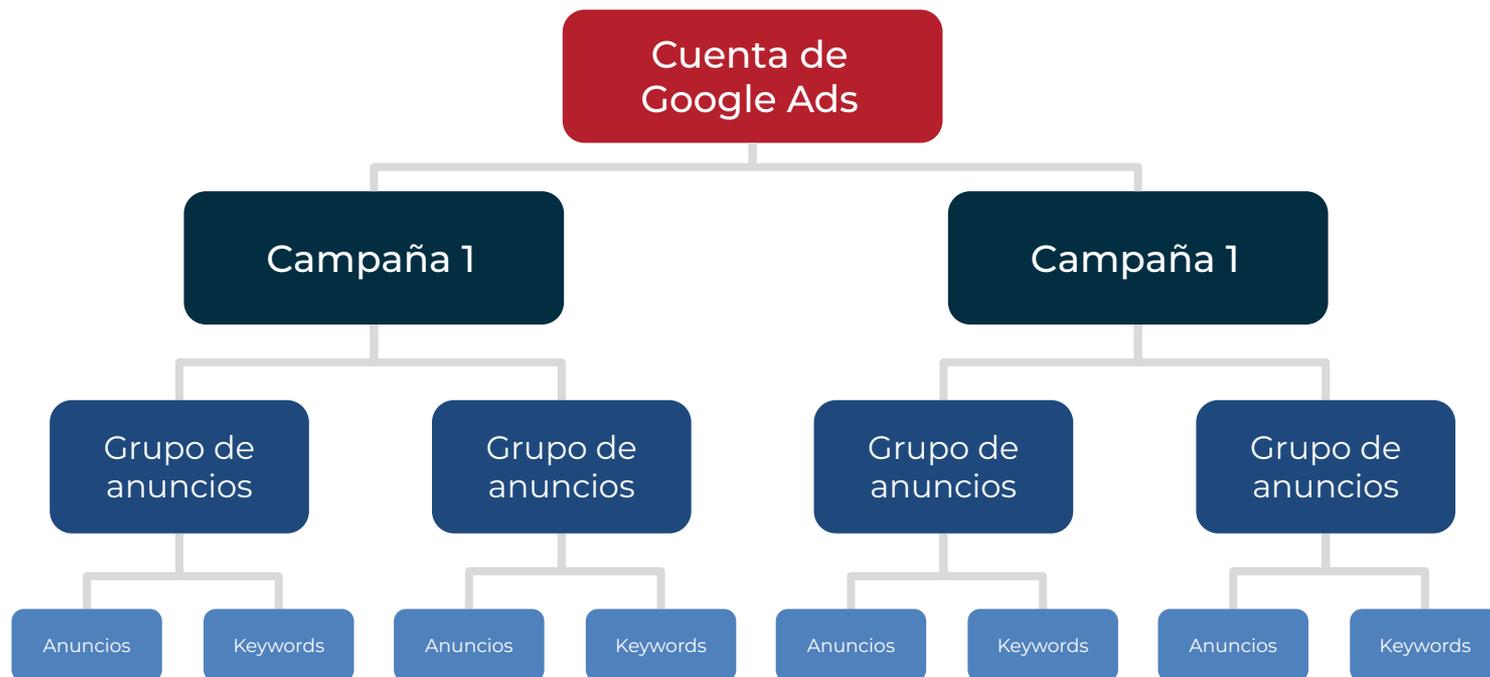
- Número de visitantes
- Tiempo que permanecen los usuarios en la página
- Tasa de rebote
- Número de conversiones que se generan en ella:
  - Formularios enviados
  - Clicks en Whatsapp
  - Clicks en Llamada
  - Clicks en mail

**Herramientas:** Google Analytics, Google Tag Manager

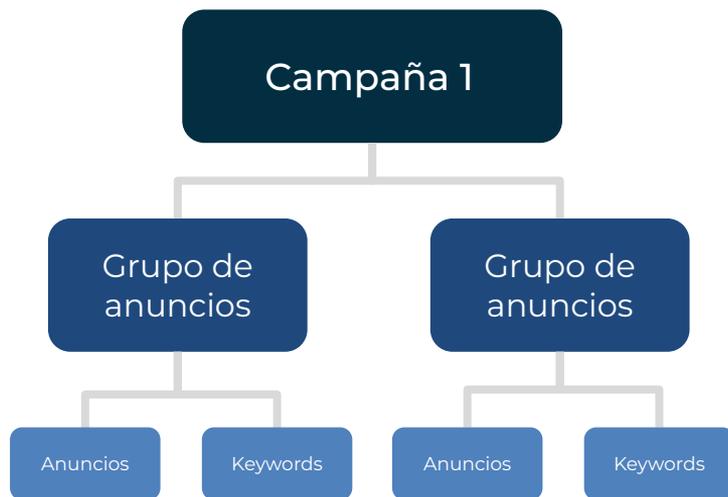


# Consejos para implementar en tus campañas de Google Ads

# Estructura de la Cuenta



# Estructura de la Cuenta

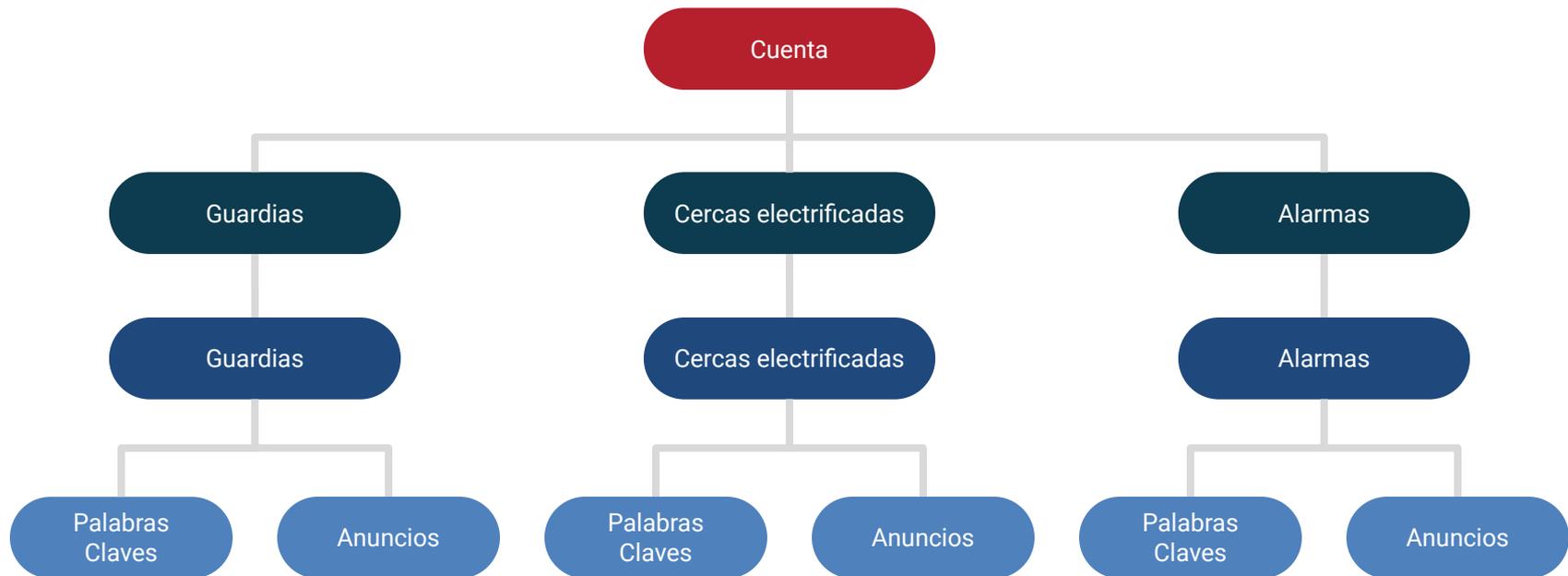


- El **presupuesto y segmentación** se asignan a **nivel campaña**
- Segmentación precisa: Puedes segmentar por **ubicación geográfica, idioma, dispositivo**, etc. Recomendamos segmentar por ciudades, estados o municipios, ya que conforme se reduce la zona, mayor será el costo de cada clic
- Si buscas controlar tu presupuesto y ventas por zona debes hacer una campaña por zona o ciudad
- Recomendamos hacer **campañas por servicio**
- Grupos de anuncio por servicio

# Estructura cuenta empresa multizona



# Estructura cuenta empresa 1 Zona

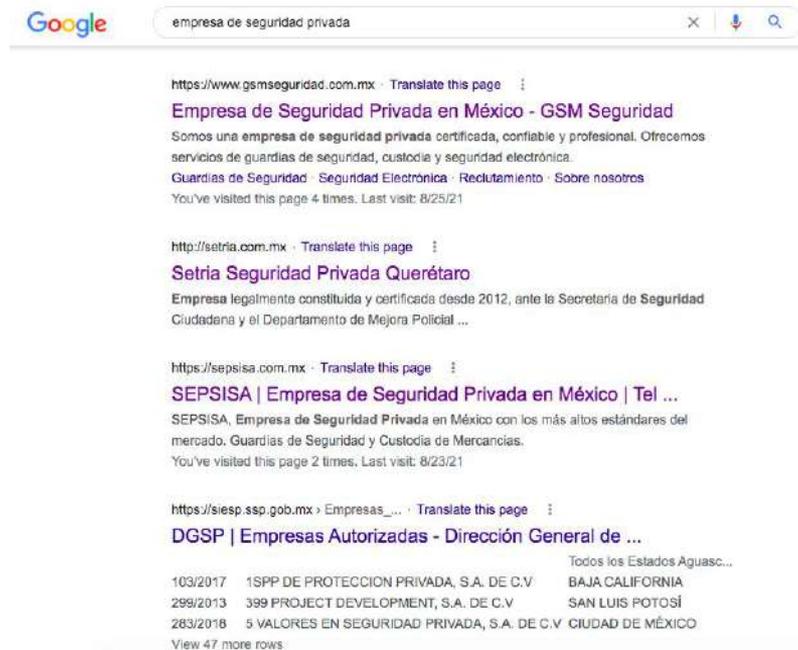


# Palabras Claves y Anuncios

Las **palabras clave** son términos o frases que se utilizan para **vincular los anuncios con las consultas** que realizan los usuarios.

**Palabras clave negativas:** Las palabras clave negativas le indican a la herramienta en qué condiciones **NO** queremos que se muestren nuestros anuncios.

una buena lista de palabras clave negativas puede ayudar a reducir significativamente la cantidad de clics que podríamos perder por personas que están buscando algo que nosotros no ofrecemos.



Google empresa de seguridad privada

<https://www.gsmseguridad.com.mx> · Translate this page

**Empresa de Seguridad Privada en México - GSM Seguridad**  
Somos una empresa de seguridad privada certificada, confiable y profesional. Ofrecemos servicios de guardias de seguridad, custodia y seguridad electrónica.  
[Guardias de Seguridad](#) · [Seguridad Electrónica](#) · [Reclutamiento](#) · [Sobre nosotros](#)  
You've visited this page 4 times. Last visit: 8/25/21

<http://setria.com.mx> · Translate this page

**Setria Seguridad Privada Querétaro**  
Empresa legalmente constituida y certificada desde 2012, ante la Secretaría de Seguridad Ciudadana y el Departamento de Mejora Policial ...

<https://sepsisa.com.mx> · Translate this page

**SEPSISA | Empresa de Seguridad Privada en México | Tel ...**  
SEPSISA, Empresa de Seguridad Privada en México con los más altos estándares del mercado. Guardias de Seguridad y Custodia de Mercancías.  
You've visited this page 2 times. Last visit: 8/23/21

<https://siesp.ssp.gob.mx> · Empresas... · Translate this page

**DGSP | Empresas Autorizadas - Dirección General de ...**

103/2017	1SPP DE PROTECCION PRIVADA, S.A. DE C.V	Todos los Estados Aguasc...
299/2013	399 PROJECT DEVELOPMENT, S.A. DE C.V	BAJA CALIFORNIA
283/2018	5 VALORES EN SEGURIDAD PRIVADA, S.A. DE C.V	CIUDAD DE MEXICO

[View 47 more rows](#)

# Ejemplos Tipos de Concordancia

## Amplia 1

Seguridad

Aparecerías en búsquedas como:  
"seguridad social" "seguridad industrial"



Precisión baja



Competencia Alta



## "Frase"

"Empresa Seguridad Privada"

Aparecerías en búsquedas como:  
"empresa seguridad" "empresas de seguridad privada"



Precisión Media



Competencia Media- Alta



## [Exacta]

[Empresa de Seguridad Privada en Zapopan]

Aparecerías solo en búsquedas de: Empresa de Seguridad Privada en Zapopan con variaciones mínimas.



Precisión Alta



Competencia Media- Baja



# Tips para tus Anuncios de Búsqueda

- Usa copys que destaquen **lo que hace únicos tus servicios de seguridad.**
- **Incluye palabras clave relevantes** en ellos y usa un lenguaje claro y convincente.
- Si ofreces servicios en un área específica, asegúrate de **integrar el nombre de la zona geográfica** en tus títulos
- No olvides incluir **CTA** claras y relevantes para indicarle a tu público qué debe hacer ahora. Por ejemplo: Cotiza Hoy, Llámanos, Contáctanos.
- Agrega valor a tus servicios usando frases puntuales que te diferencien de la competencia en tus descripciones. **Incluye tus ventajas competitivas**
- Utilización de **Extensiones de Anuncios**



# Seguimiento y medición de resultados

---

- Un **CTR óptimo** en las campañas de búsqueda debe estar siempre por encima del **7%**.
- Utiliza herramientas de seguimiento, como Google Analytics, para analizar el rendimiento de tus campañas. Monitoriza métricas clave como la tasa de clics (CTR), la tasa de conversión y el coste por conversión para evaluar la eficacia de tus anuncios.



# Youtube Ads

# Beneficios de usar campañas en Youtube

---

- Son **eficaces** para llegar a **personas que aún no están considerando contratar servicios de seguridad** o cambiar de proveedor, pero que podrían encajar en el perfil de tu buyer persona.
- Formato de shorts o video horizontal.
- **CPR menores.**
- Puedes profundizar en lo que diferencia a tu empresa del resto y establecer conexiones emocionales con tu audiencia.
- Funcionan bien con públicos de Remarketing, mostrando anuncios a personas que ya han visitado tu sitio web previamente.



# Tips de Segmentación para tus campañas de Youtube

- Crea tus públicos agregando el **interés y/o segmentación demográfica** relevante que hayas identificado previamente en tu buyer persona.
- Las herramientas de Google Ads también te permiten crear **segmentos personalizados** basados en los **sitios web** que suele visitar **tu público objetivo**.



## NUESTROS SEGMENTOS FAVORITOS

### **B2B Empresarial**

Segmento de público “tomador de decisiones de compra de servicios de seguridad empresarial.”

### **B2C Residencial**

Segmento con intenciones de compra de seguridad para el hogar.

# Tips para el contenido de tus anuncios en Youtube

---

- Desarrolla anuncios atractivos que **atrapen** la atención de tu audiencia dentro de **los primeros 10 segundos**.
- Asegúrate de que tus anuncios estén alineados con las **palabras clave relevantes** que has identificado para tu público objetivo.
- Mantén un **CTA claro y relevante** para alentar a los espectadores a interactuar con tu contenido, ya sea visitando tu sitio web, contactando o realizando una compra.



# Seguimiento y medición de campañas de Youtube

---

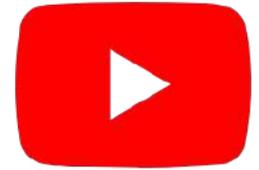
Usa **Google Analytics, Google Ads y YouTube Analytics**, para monitorear el rendimiento de tus anuncios y evaluar la efectividad de tus campañas.

Analiza **métricas clave** como:

- Visualizaciones
- Tiempo de reproducción
- Tasa de clics
- Tasa de conversión



Google Ads



ANALYTICS



# Trucos y segmentación para tus campañas en META Business Suite

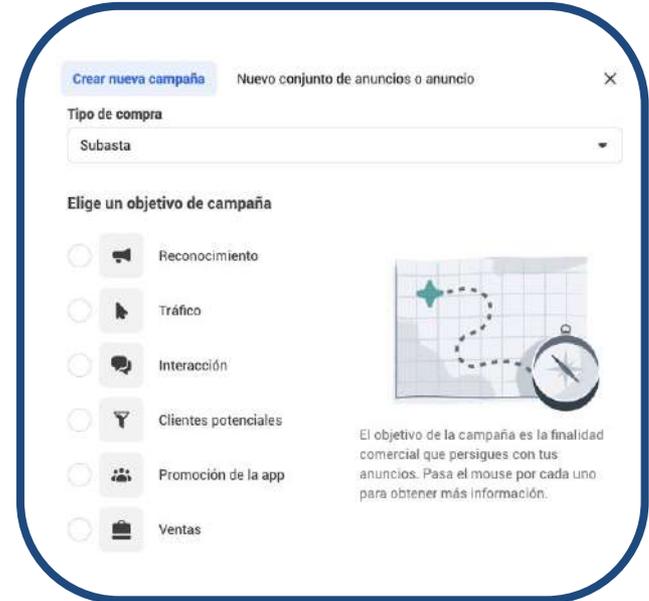
# Objetivos de Campañas en Meta

## ¿Estás buscando....?

- Aumentar el reconocimiento de tu marca
- Generar leads
- Obtener postulaciones para tus vacantes

Meta te brinda la capacidad de seleccionar entre una variedad de objetivos, como:

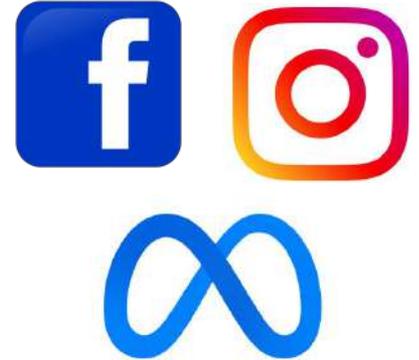
- Reconocimiento
- Tráfico
- Interacción
- Clientes potenciales
- Ventas



# Identifica a tu audiencia

---

- ¿Cuál es el perfil demográfico de tu audiencia objetivo?
- ¿Cuáles son sus intereses y necesidades?
- Segmenta por ubicación, edad, género, intereses, empleo y otros criterios relevantes.



Tip: Las **campañas de tráfico** nos permiten dirigir al público objetivo hacia una **página de destino** donde pueden completar un **formulario similar al utilizado por Facebook** en sus anuncios de generación de clientes potenciales, pero con costos por resultado mucho más bajos.

# Identifica a tu audiencia

---



## NUESTROS SEGMENTOS FAVORITOS

**B2B EMPRESARIAL** Empresa (negocios y finanzas), Seguros (negocios y finanzas), Empresas emergentes (negocios y finanzas) o CEO's. En cuanto al sector: Cargos e intereses de personas responsables de la toma de decisiones empresariales o Tamaño de la empresa: más de 500 empleados.

**B2C RESIDENCIAL** intereses en remodelaciones, vivienda, Netflix, shopping, mudanzas recientes. Además de los datos demográficos específicos que apliquen para el buyer persona de nuestros clientes.

# Formatos de anuncios

---

- Crear **imágenes y videos atractivos** que capten la atención de tu audiencia y transmitan claramente **el mensaje que deseas comunicar**.
- Puedes elegir entre anuncios de imagen estática, videos cortos, carruseles de imágenes y otros formatos disponibles.
- En Segads, recomendamos probar varios tipos de anuncios y evaluar los resultados obtenidos.
- En la agencia **siempre buscamos integrar al menos un anuncio estático en nuestras campañas**.



# Seguimiento y medición de resultados

- Utiliza las herramientas de análisis de Meta Business Suite para **monitorear el rendimiento de tus campañas**. Analiza métricas como el alcance, la interacción, las conversiones y el retorno de la inversión para evaluar la efectividad de tus anuncios.



# El Remarketing tu Mejor Amigo

# El Remarketing y sus Beneficios

---

Técnica de marketing digital que te permite **volver a conectar con usuarios que han interactuado previamente con tu sitio web**, pero que aún no han realizado una acción de valor, como dejarte sus datos de contacto.

## Beneficios:

- **Recuperación de clientes potenciales.** Muchos usuarios pueden estar en la fase de consideración o investigación, pero no están listos para contratarte. El remarketing les recuerda tu marca mientras navegan por las distintas plataformas, motivándolos a regresar a tu sitio web para completar la acción de valor.
- Al dirigirse **específicamente a usuarios que ya han mostrado interés** en tus servicios de seguridad, el remarketing puede **aumentar las conversiones** al recordarles la necesidad o el valor de tu oferta.



# El Remarketing y sus Beneficios

---

## Beneficios:

- El remarketing **se dirige a usuarios que ya están más avanzados en el embudo de ventas**, por lo que es más probable que **generen conversiones a un menor costo** que los que aún no han interactuado con tu marca.
- El remarketing te **permite adaptar los mensajes** y las ofertas **según el comportamiento** y los intereses previos del usuario, lo que **aumenta la relevancia de tus anuncios** y la probabilidad de que los usuarios vuelvan a interactuar con tu empresa hasta convertirlos en clientes.



# El Remarketing y sus Beneficios

---

- Algunos de los elementos que integramos en las campañas de remarketing de nuestros clientes son; **promociones temporales para generar un sentido de urgencia, testimoniales o casos de éxito** que refuercen la confianza en tu empresa de seguridad y **ventajas competitivas** que te separen de tu competencia.
- El remarketing se puede implementar tanto en **Meta Business Suite** como en cualquiera de las plataformas de marketing de Google, como la **red de búsqueda, display, YouTube**, entre otras.
- Una estrategia de remarketing puede ser una herramienta poderosa para maximizar el valor de tus esfuerzos de marketing digital al dirigirse a usuarios calificados y motivarlos a tomar decisiones específicas, como convertirse en clientes de tu empresa de seguridad.



**Recapitulemos lo que Revisamos Hoy**

# Tu Marca te posiciona frente a tu competencia

---

1. **Optimización del Sitio Web:** Hemos aprendido cómo un diseño orientado a objetivos claros y contenido persuasivo puede aumentar significativamente las conversiones en tu sitio web.
2. **Google Ads Red de Búsqueda:** Discutimos la importancia de una estructura bien planificada en Google Ads y la relevancia de seleccionar palabras clave adecuadas para mejorar el alcance y la efectividad de tus campañas.
3. **YouTube:** Platicamos un poco del potencial y ventajas que te pueden traer los bajos CPR de esta plataforma.
4. **Meta Business Suite:** Vimos cómo estas plataformas pueden ser utilizadas para alcanzar a tu audiencia objetivo con mensajes creativos y segmentación precisa.
5. **Remarketing:** Subrayamos cómo las tácticas de remarketing pueden incrementar tus tasas de conversión al re-enganchar a usuarios que ya han mostrado interés en tus servicios.

# Ronda de preguntas

[www.ventaseguridadprivada.com](http://www.ventaseguridadprivada.com)

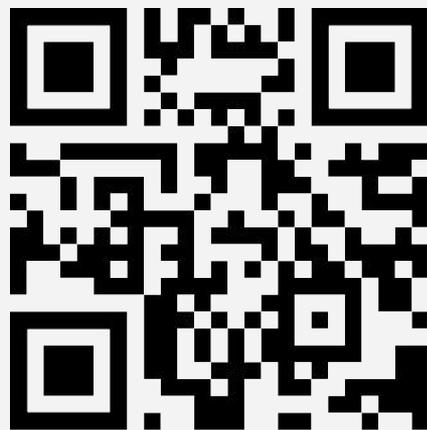


Visita nuestra página web



Agenda una cita

ó envíanos un whatsapp al



55 1232 7973

ó contáctanos por correo:  
[info@ventaseguridadprivada.com](mailto:info@ventaseguridadprivada.com)

DÉJANOS AYUDAR A  
TU EMPRESA DE  
SEGURIDAD A  
CRECER  
Agenda asesoría  
gratuita



# Síguenos

en nuestras redes sociales y  
mantente al tanto de cómo aplicar el  
marketing digital en tu Empresa de  
Seguridad.



/agenciasegads



/agenciasegads



/company/segads

## Contáctanos



+55 1232 7973