

Cómo una estrategia digital Integral puede impulsar el crecimiento de tu empresa

La agencia Publicitatte aplica posicionamiento orgánico, analítica avanzada, anuncios, branding y redes sociales, pero, además, una metodología propia para digitalizar negocios con visión estratégica y resultados sostenibles

En plena era digital, tener presencia en internet ya no es una opción: es una necesidad estratégica. Sin embargo, muchas empresas siguen abordando la digitalización como una suma de acciones inconexas —una web, una cuenta de Instagram, alguna campaña puntual— sin una hoja de ruta definida. Esta visión fragmentada, lejos de generar valor, suele traducirse en una inversión ineficiente que no da resultados.

Publicitatte, una agencia de marketing digital con sede en Torrevieja, propone una forma distinta de entender la transformación digital: como un proceso integral que combina posicionamiento SEO, diseño web orientado a la conversión, analítica avanzada y campañas de captación bien segmentadas. Su propuesta se basa en una metodología propia enfocada a objetivos concretos y medibles. Frente al cortoplacismo, Publicitatte apuesta por una visión de largo recorrido, donde cada acción digital responde a una estrategia mayor: atraer, convertir, fidelizar y escalar. Para ello, trabajan de forma directa con cada cliente, desde el diagnóstico inicial hasta la ejecución y el seguimiento constante.

CASOS REALES QUE DEMUESTRAN EL IMPACTO DE ESTA METODOLOGÍA

Uno de los proyectos más exitosos ha sido el de Antonio Lorenzo, bróker experto en hipotecas. En este sector, altamente competitivo y regulado, la captación de leads cualificados marca la diferencia. Publicitatte diseñó una estrategia que combinó posicionamiento SEO, optimización del embudo de conversión, branding y una estrategia de contenidos alineada con las búsquedas reales de los usuarios. Gracias a esta combinación, y al trabajo de analítica digital, el volumen y la calidad de leads aumentaron significativamente, consolidando su posicionamiento en un entorno donde muchos competidores dependen únicamente de la publicidad de pago. Esta estrategia permitió escalar sin depender exclusivamente del coste por clic. Hoy, Antonio Lorenzo se ha convertido en el principal Bróker Hipotecario.



Antonio Lorenzo, bróker experto en hipotecas

Otro ejemplo relevante es el de Loterías Perolo, una administración de lotería con fuerte presencia física, que decidió apostar por la digitalización, pero sin perder la esencia y sin convertirse en una plataforma como otras con un carácter impersonal, para simplificar el proceso de compra de lotería sobre todo en su servicio de compra de lotería de navidad online.

El reto era mantener su esencia local y cercana mientras se enfrentaban a grandes plataformas automatizadas. El resultado: una web que convierte, mejor posicionada, con una experiencia de usuario clara y una comunidad digital activa que refuerza su marca. Hoy, Loterías Perolo es un referente entre las administraciones que han sabido reinventarse con éxito en el entorno digital y pretende convertirse en

la más importante a nivel nacional. “Hay desde décimos perfumados al servicio de custodia en caja fuerte de los billetes. Esto también es digitalización: conseguir la cercanía que tienen físicamente a través de la web”, detalla Luís Andreu Orenes, CEO de Publicitatte.

ACOMPAÑAMIENTO PROFESIONAL, VISIÓN ESTRATÉGICA Y RESULTADOS ESCALABLES

En todos los casos, Publicitatte trabaja con una filosofía clara: no hay acciones sin estrategia, ni estrategia sin datos. El contacto con el cliente es directo, sin intermediarios ni subcontrataciones, y cada proyecto se gestiona con implicación real. La agencia se define como un socio estratégico más que como un proveedor. “Lo primero es



Luís Andreu Orenes, CEO de Publicitatte

analizar la empresa, tener todos los datos para saber exactamente qué necesita y cómo lo necesita. Si nos dejan trabajar, aseguramos un aumento significativo de los clientes”, explica Luís Andreu. Pero el análisis de datos sigue durante todo el camino, para detectar errores y aciertos, reajustar campañas, redefinir objetivos y escalar resultados sin desperdiciar recursos. “Hoy, digitalizar un negocio ya no es una opción estética, sino una necesidad estructural. Pero no se trata de estar en internet por estar, sino de hacerlo con sentido, con datos y con estrategia”.

Muchas organizaciones, sobre todo pymes y negocios locales, aún no han interiorizado que su sitio web debe ser mucho más que una tarjeta de presentación. Una web optimizada —con estructura

SEO, contenidos relevantes, carga rápida y experiencia de usuario intuitiva— es hoy uno de los activos más rentables de cualquier marca. No solo mejora la visibilidad en buscadores, sino que se convierte en un canal propio de captación, ventas o generación de leads. Aun así, “quizá tu empresa no necesita una web, quizá es más importante saber cuántos clientes tienes cada día: esto también es digitalizarse”, asegura el CEO. Y añade que uno de los errores más habituales en las empresas es delegar estas tareas en profesionales no especializados o realizar acciones puntuales sin análisis previo. “Digitalizarse no es publicar contenido sin rumbo. Es trabajar con datos, entender al usuario y construir un sistema que permita escalar lo que funciona”.

En su enfoque, la analítica digital es el pilar de una estrategia digital rentable. Ya sea a través de posicionamiento local, nacional o para sectores concretos, el equipo técnico de Publicitatte trabaja desde el día uno en posicionar los activos digitales del cliente con una estructura optimizada para buscadores y pensada para la conversión.

Además del posicionamiento orgánico, la agencia de marketing digital ofrece servicios de publicidad digital (Google Ads, Meta Ads), diseño web personalizado, gestión de redes sociales, programación a medida y analítica digital. Pero lo que la diferencia no es solo la variedad, sino el método: nada se ejecuta sin una estrategia medible y alineada con los objetivos del negocio.

