

Si no saben que existes, ¿cómo van a encontrarte?

Argumentario para profesionales, autónomos, empresas, emprendedores, fabricantes y proveedores que quieren convertir lo que hacen en una opción visible cuando alguien lo necesita.

«No basta con hacer bien las cosas. También necesitas que quien las necesita pueda encontrarte.»

La idea central

Puedes ser un gran profesional, tener un producto excelente o prestar un servicio necesario. Pero si la persona que te necesita no sabe que existes, no puede elegirte. La visibilidad no sustituye a la calidad: permite que la calidad entre en la conversación.

Anuncia-te parte de una idea sencilla: publicar qué haces, qué ofreces y cómo pueden contactarte crea una presencia que antes no estaba ahí. Cada anuncio es una puerta adicional para que alguien pueda descubrirte.

Una precisión importante

Ninguna plataforma puede garantizar que una IA, un buscador o un algoritmo te recomiende siempre. Sí puedes aumentar las posibilidades de ser descubierto al publicar información clara, útil, actualizada y accesible en un lugar donde otros puedan consultarla. Estar presente es un paso razonable; no es una promesa de resultados automáticos.

1. El problema que conviene resolver hoy

Muchas personas y negocios dependen del boca a boca, de sus contactos, de redes sociales o de plataformas cuyo funcionamiento no controlan. Esas vías pueden ayudar, pero dejan una pregunta pendiente: ¿dónde puede encontrarte alguien que todavía no te conoce y que justo ahora necesita lo que ofreces?

- Si no apareces, no pueden evaluarte. La persona no puede comparar tu experiencia, tus productos, tus servicios ni tus condiciones.
- Si publicas solo una oferta, ocultas el resto. Un profesional puede hacer muchas cosas; un negocio puede vender distintas líneas de producto.
- Si tu información está dispersa, cuesta entenderte. Una presencia ordenada ayuda a explicar qué haces, para quién y cómo dar el siguiente paso.
- Si no actualizas tu información, puedes perder oportunidades. Precios, horarios, disponibilidad, fotografías y vías de contacto deben mantenerse al día.

La pregunta que activa la decisión

Si mañana alguien busca exactamente lo que tú sabes hacer, ¿qué información encontrará sobre ti? ¿Encontrará una descripción útil y una forma de contactarte, o solo silencio?

2. Por qué publicar anuncios de todo lo que haces

No pienses en un anuncio como un simple cartel. Piensa en él como una ficha de descubrimiento: explica una necesidad que puedes resolver y facilita que la persona adecuada te identifique.

- Un anuncio por cada producto o servicio importante: ayuda a responder a búsquedas concretas, en lugar de depender de una descripción genérica.
- Explica el beneficio: qué problema resuelves, qué entregas, a quién atiendes y qué te diferencia de forma demostrable.
- Incluye pruebas reales: fotografías propias, ejemplos de trabajo, certificaciones pertinentes, experiencia verificable o testimonios autorizados.
- Facilita el siguiente paso: indica cómo consultar, pedir presupuesto, reservar o comprar.
- Revisa y actualiza: una ficha útil y vigente inspira más confianza que una publicación abandonada.

3. Qué puede aportar Anuncia-te

Anuncia-te se plantea como un espacio donde profesionales, empresas, emprendedores, fabricantes y proveedores pueden presentar lo que hacen y ofrecen mediante anuncios organizados por actividades y productos o servicios. La propuesta es que cada usuario disponga de un lugar para mostrar su oferta y facilitar que otras personas la descubran.

Antes de registrarte, comprueba en la propia plataforma las condiciones vigentes, el precio aplicable, qué incluye cada publicación, cómo se modifica o elimina un anuncio y qué datos de contacto quedan visibles.

Argumentos para dar el paso

- Estar es el primer paso. Si publicas información que antes no estaba disponible allí, creas una oportunidad adicional de descubrimiento.
- Haz visible cada cosa que sabes hacer. No obligues a quien te busca a adivinar todas tus capacidades a partir de una única ficha.
- Conserva una descripción clara de tu oferta. Explica con tus propias palabras qué haces y cómo trabajas.
- Complementa, no abandones, tus otros canales. Tu web, las recomendaciones, las redes, el correo y el contacto directo pueden seguir siendo importantes.
- Empieza por lo esencial y mejora. No necesitas redactarlo todo perfecto el primer día. Publica una selección bien preparada y amplíala con orden.

4. La relación con buscadores e inteligencia artificial

La IA no puede recomendar con fiabilidad una oferta de la que no dispone de información. Los buscadores y sistemas de IA utilizan distintas fuentes y criterios; no existe una garantía de que vayan a rastrear, indexar, entender o recomendar cada anuncio de una plataforma determinada.

Por eso, el argumento correcto no es «regístrate y la IA te ofrecerá seguro», sino: «publica información clara y accesible para crear otra posibilidad de que te encuentren». Para mejorar esa posibilidad:

- Usa títulos concretos: nombra el producto, servicio, oficio y zona donde trabajas, si procede.
- Redacta descripciones originales, útiles y específicas; evita repetir palabras sin aportar información.
- Mantén coherentes el nombre comercial, la actividad y los datos que decides publicar.
- Comprueba que las páginas sean accesibles públicamente y que la plataforma permita su indexación por buscadores.
- Mide los resultados: consultas recibidas, contactos, visitas y ventas atribuibles cuando sea posible.

5. Un plan sencillo para empezar

El objetivo no es publicar por publicar. Es construir una presencia útil, comprensible y mantenida.

- 01** Haz inventario
Anota todos tus servicios, productos, especialidades, proyectos y capacidades que quieras ofrecer.
- 02** Prioriza
Empieza por las ofertas que mejor conoces, tienen demanda y puedes atender de verdad.
- 03** Prepara cada anuncio
Título concreto, descripción clara, público al que ayudas, zona de servicio, imágenes propias y forma de contacto autorizada.
- 04** Regístrate y revisa condiciones
Confirma precio, duración, visibilidad, edición, renovación y tratamiento de datos antes de publicar.
- 05** Publica y comprueba
Revisa cómo se ve cada anuncio desde el punto de vista de alguien que no te conoce.
- 06** Mantén y aprende
Actualiza la oferta y anota qué publicaciones generan consultas útiles; mejora lo que no funcione.

6. Plantilla para redactar un anuncio

Título: [Producto o servicio concreto] en [zona, si corresponde]

Qué ofrezco: Explica en dos o tres frases qué haces, qué incluye y para quién es.

Qué necesidad resuelvo: Describe el problema o resultado que puede esperar el cliente, sin prometer lo que no puedas garantizar.

Por qué contar conmigo: Añade experiencia, proceso de trabajo, materiales, especialización o evidencias verificables.

Cómo contactar: Indica el canal que has decidido hacer público y el siguiente paso: consultar, solicitar presupuesto, reservar o comprar.

7. Objeciones frecuentes y respuestas honestas

Objeción	Respuesta
«Ya tengo redes sociales».	Perfecto: Anuncia-te puede ser un canal complementario. No hace falta abandonar lo que ya funciona.
«¿Me va a recomendar la IA?».	No se puede garantizar. Publicar información accesible puede crear una oportunidad adicional, pero la recomendación depende de muchos factores.
«No tengo tiempo para tantos anuncios».	Empieza por los servicios o productos prioritarios y amplía por fases. Valora las opciones de ayuda disponibles y su coste real.
«No quiero exponer todos mis datos».	Publica solo los datos necesarios y autorizados. Lee la política de privacidad y comprueba qué información queda visible antes de publicarla.
«¿Y si no recibo clientes?».	No hay garantía de ventas. Define un periodo de prueba, mide consultas y resultados, y decide con datos si conviene mantener la inversión.

8. El argumento final: no esperes que adivinen

No necesitas creer en hechizos ni confiar ciegamente en los algoritmos. Necesitas que la información sobre lo que haces exista, sea comprensible y pueda llegar a quien la necesita. Publicar no garantiza que te encuentren; no publicar deja una oportunidad menos para que te descubran en ese espacio.

Si tienes algo útil que ofrecer, prepara tus anuncios, comprueba las condiciones y empieza por los más importantes. Después, observa los resultados y decide cómo continuar.

«Si estás, pueden encontrarte. Si no saben que existes, no pueden elegirte.»

ANUNCIA-TE · Guía técnica comercial

Idea de campaña: visibilidad responsable, información clara y oportunidades de descubrimiento.

Nota: este documento es un argumentario orientativo, no una garantía de posicionamiento, recomendaciones por IA, contactos ni ventas. Verifica siempre las condiciones y funciones vigentes de la plataforma antes de contratar o publicar.