

Humor para incrementar las visitas al taller

¿Cómo diferenciarme en un mercado cada vez más homogéneo? ¿De qué manera puedo promocionar mi taller y que la gente lo recuerde? Para conseguirlo, no es necesario contratar una gran agencia de publicidad. Eso es lo que han pensado en Carrocerías Soletto, un taller que ha recurrido al humor para darse a conocer. Y parece que funciona.

Cada vez resulta más difícil diferenciar un negocio en la mente del cliente. Con la aparición de las redes sociales, los talleres tienen a su alcance una magnífica herramienta para darse a conocer entre los conductores y trasladarles su filosofía, servicios y promociones. Sin embargo, su popularización hace que cada vez sea más difícil destacar. Por eso es necesario ofrecer algo que consiga enganchar al conductor y hacerle recordar el nombre del taller.

A esa tarea se ha entregado Carrocerías Soletto, un taller especializado en chapa y pintura, mecánica rápida y lunas de Torrejón de Ardoz (Madrid), que a menudo comparte en Facebook y YouTube originales

y valientes creatividades publicitarias con un nexo común: el humor, a veces políticamente incorrecto. Un poco de imaginación, una videocámara casera y agilidad con el ordenador le han valido para diseñar campañas publicitarias llamativas, efectivas y gratuitas.

DIFERENCIACIÓN. Koldo Soletto, su responsable, afirma que la idea surgió porque quería publicitar sus servicios de una forma original. "Las publicidades del sector suelen ser anuncios muy simples y, al final, al cliente le da lo mismo a qué taller llevar su vehículo. Nosotros queríamos innovar con un punto de humor, intentando no ofender, exponiendo a nuestros clientes nuestros servicios (trabajos de chapa y pintura, vehículo de sustitución, etc.)", explica.



Carrocerías Soletto ha conseguido cerca de 1.200 amigos en Facebook, decenas de comentarios y una cita semanal de clientes que les han conocido en esta red social

Aunque esta agresiva publicidad no siempre es bien acogida por los clientes. Así, el responsable del taller admite que "ha habido gente a la que no le ha gustado nuestra publicidad, pero los comentarios negativos son minoría. Además, lo que importa no es tanto que guste o no una creatividad, sino que te recuerden".

Los números no pueden ser más reveladores: cerca de 1.200 amigos en Facebook y decenas de comentarios cada vez que el taller comparte un anuncio en esta red social. Conseguir tal cantidad de comentarios en un solo día no es tarea fácil, ni siquiera para los profesionales del community management (gestión de redes sociales). Tampoco es sencillo para ningún taller conseguir cada semana al menos una cita de un

Creatividades de Carrocerías Soletto para anunciar algunos de sus servicios, como las reparaciones de siniestros por alcance y el vehículo de sustitución.

conductor que le haya conocido a través de Facebook y le confíe su vehículo.

Sin embargo, Carrocerías Soletto lo ha conseguido. Koldo Soletto explica que, como a todo, sólo hay que "ponerle un poquito de voluntad y buen humor. Nosotros grabamos vídeos y diseñamos creatividades con nuestros propios medios y los colgamos en Internet porque creemos que pueden divertir a nuestros clientes y conseguir su complicidad", comenta. Su apuesta combinada por las redes sociales y el humor original ha permitido a este taller conectar con sus clientes de una forma distinta y ha demostrado que no todo está inventado en el terreno de la publicidad. ◀