

GUÍA DE COMPRA · FASE DE CONSIDERACIÓN

GUÍA PRÁCTICA

Cómo elegir una agencia digital B2B sin que te vendan humo

7 criterios objetivos para evaluar a cualquier agencia o freelance por retorno, no por precio. Y las 7 señales de humo que separan a quien te cobra por resultados de quien te cobra por clics. Léela antes de firmar nada.

El 85% de la inversión digital en pymes no genera contratos

No es porque el marketing no funcione. Es porque se contrata al proveedor equivocado con los criterios equivocados: el precio más bajo, la agencia más cercana o quien promete más rápido. Estos 7 criterios te dan un método para decidir con cabeza de ingeniero, no de comprador impulsivo.

1 ¿Habla de negocio o de métricas de vanidad?

Los «me gusta», las visitas y los seguidores no pagan nóminas. Lo que importa son leads cualificados, presupuestos pedidos y contratos cerrados.

Buena señal: te pregunta por tu ticket medio, tu margen y tu ciclo de venta.

Señal de humo: te promete «miles de visitas» sin hablar de conversión.

2 ¿Entiende tu sector o va a aprender contigo?

Vender maquinaria industrial no es vender ropa. El decisor es técnico, el ciclo es largo y la compra se basa en confianza y RFQ.

Buena señal: tiene casos en B2B/industrial y usa tu vocabulario.

Señal de humo: su portfolio son solo tiendas online y restaurantes.

3 ¿Mide el retorno o solo entrega «servicios»?

Un servicio suelto (SEO, ads, web) sin conexión con tu facturación es un gasto. Debe existir una hipótesis de retorno desde el día uno.

Buena señal: define KPIs de negocio y un punto de partida medible.

Señal de humo: «esto es a largo plazo» como excusa para no medir nunca.

4 ¿Te da precio por teléfono o hace diagnóstico primero?

Nadie serio te presupuesta una operación sin verte antes. En digital pasa igual: sin diagnóstico, el precio es inventado.

Buena señal: quiere auditar antes de proponer.

Señal de humo: tarifa cerrada «para todos» sin mirar tu caso.

5 ¿Trabaja el posicionamiento en IA (GEO), no solo en Google?

Cada vez más clientes preguntan a ChatGPT o Perplexity por proveedores. Quien no esté ahí en 2 años, no existirá para ese comprador.

Buena señal: te habla de schema, llms.txt y visibilidad en IA.

Señal de humo: no sabe qué es el GEO.

6 ¿Eres dueño de lo que se construye?

Tu web, tus cuentas, tus datos y tu lista de contactos deben ser tuyos, no rehenes de la agencia.

Buena señal: todo a tu nombre y con acceso completo.

Señal de humo: web «alquilada» o cuentas de ads a su nombre.

7 ¿Te dice cuándo NO deberías contratarle?

Quien acepta cualquier cliente por facturar no te está asesorando, te está vendiendo. La honestidad de descalificar es la mejor señal de criterio.

Buena señal: te dice «esto ahora no es tu prioridad».

Señal de humo: todo lo que pides es «buena idea».

Las 7 señales de humo, de un vistazo

Si un proveedor marca tres o más de estas, sal corriendo. Guárdala y úsala en tu próxima reunión.

Señal de humo	Lo que esconde
Promete posiciones «garantizadas» en Google	Nadie puede garantizar el algoritmo. Es mentira comercial.
Cobra por clics o impresiones, no por leads	Le da igual si esos clics te traen clientes.
Precio cerrado sin ver tu negocio	Producto en serie disfrazado de servicio a medida.
Solo enseña métricas de redes sociales	Vanidad. No conecta con tu facturación.
No te deja ver los datos ni los accesos	Te ata para que no puedas irte.
Reporta actividad, no resultados	«Hemos publicado 12 posts» no es un resultado.
Nunca te dice que no	Factura por encima de asesorarte.

La regla de oro de Imppulsa: antes de invertir un euro, hay que saber cuál es el cuello de botella que frena tu facturación. Sin ese diagnóstico, cualquier servicio es un parche caro.

Pon a prueba estos 7 criterios con nosotros

Reserva un diagnóstico estratégico B2B de 30 minutos, sin compromiso. Te diremos dónde está tu cuello de botella y si podemos ayudarte, o si tu prioridad ahora es otra.

[Solicitar diagnóstico estratégico →](#)

imppulsa.com/contacto · admin@imppulsa.com · 679 92 91 80