



MAS DIGITAL

¿CÓMO UTILIZAR EL **INBOUND** MARKETING PARA HACER CRECER TU **EMPRESA?**



ÍNDICE

- INTRODUCCIÓN
- FASES DE LA METODOLOGÍA
- ATRAER
- CERRAR
- CONVERTIR
- CAUTIVAR
- ANÁLISIS
- CONCLUSIÓN



A close-up photograph of several hands pointing at a tablet screen displaying various charts and graphs. The image is slightly blurred and has a soft, warm tone, serving as a background for the title.

INTRODUCCIÓN

Para que tu empresa crezca y tenga éxito, el secreto está en alinear la forma en que ofreces tus productos con la manera en que tus prospectos aprenden sobre ellos y los compran. Hoy en día algunas empresas están teniendo un crecimiento lento en su negocio y esto se debe muchas veces a la publicidad tradicional que utilizan para atraer a sus clientes.

Gracias al crecimiento de los medios de comunicación online y el internet, las personas han cambiado la manera en que interactúan con una marca y adquieren sus productos, siendo el internet su primera opción para realizar una búsqueda al momento de comprar.

Te preguntarás *y ¿qué tiene que ver la metodología?*

¿CÓMO UTILIZAR EL INBOUND MARKETING PARA HACER CRECER TU EMPRESA?

¿QUÉ ES EL INBOUND MARKETING?

Esta es una metodología que, a diferencia de la tradicional, se encarga de hacerte visible en la web para los usuarios, logrando convertirlos en clientes potenciales de tu marca, y asegurándose de llevarlos por el proceso de compra en el momento en que estén listos para comprar tus productos. Además, ésta provee resultados predecibles y completamente medibles. Lo que hace que genere un 54% de leads más que la publicidad tradicional, y un 82% de un ROI positivo en la estrategia.





FASES DE LA METODOLOGÍA

Una de las ventajas de utilizar esta metodología es que considera cada paso que el usuario tiene desde el momento en que presenta un problema o necesidad y búsqueda en la web, hasta que se convierte en cliente de la marca. Inclusive, reconoce y se antepone a la manera en que éste realiza una compra y cómo lo hará en un futuro.

ESTE PROCESO DE LA METODOLOGÍA SE DIVIDE
EN 4 FASES.

Las cuales serán clave para hacer crecer las ventas de tu empresa y de las que te hablaremos a continuación.

A man in a dark suit is shown from the chest up, holding a tablet with both hands. He is looking at the screen, with his right index finger pointing at it. The background is a blurred city skyline with various skyscrapers under a bright sky. The word 'ATRAER' is written in large, bold, red capital letters on the left side of the image.

ATRAER

Si quieres obtener resultados positivos en tu estrategia debes atraer el tráfico adecuado a tu website. Y para ello es necesario entender a tus clientes ideales, sus metas, retos, pain points, etc. Esto podrás lograrlo definiendo tus buyer personas, las cuales serán representaciones ficticias de tus clientes ideales.

PARA ATRAER EL TRÁFICO QUE DESEAS,
PODRÁS UTILIZAR HERRAMIENTAS COMO
**EL BLOGGING,
SOCIAL MEDIA Y SEO.**

Cada una de estas en forma de contenido valioso dirigido al tráfico que deseas atraer, publicaciones en las diferentes redes sociales y la optimización de tu website para una mejor experiencia de navegación de los usuarios.



HERRAMIENTAS A UTILIZAR

BLOGGING:

Un blog será la mejor forma de atraer el tráfico correcto a tu website. Al generar contenido de valor dirigido a las necesidades de tus buyer personas, estarás educando y resolviendo los problemas que tienen los usuarios con respecto a temas relativos de tu marca.

SOCIAL MEDIA:

Distribuir tu contenido por medio de las redes sociales y generar engagement con tus seguidores será clave para dirigir tráfico a tu website.

SEO:

Tus páginas deben estar debidamente optimizadas de manera que puedas posicionarte en la web según las necesidades que tienen tus clientes, para así ser encontrado con mayor facilidad.

PÁGINAS WEB:

Manejar y monitorear las páginas de tu website será clave para identificar el comportamiento de los usuarios con tu contenido y así dirigirlo con mayor eficiencia.

CONVERTIR

En el momento en que empieces a generar tráfico a tu webiste debes identificar a cada uno de los usuarios, de manera que puedas llevarlos por el proceso de compra, a partir de los problemas o necesidades que cada uno tiene.

ESTE SERÁ UN PASO CLAVE
PARA AUMENTAR **TU ROI**
Y VER RESULTADOS POSITIVOS
EN TUS VENTAS.

A través de ofertas en forma de ebooks, whitepapers, demos de tus productos u otro contenido, tendrás la oportunidad de dirigir cada una de estos a la persona indicada y en el espacio adecuado que se encuentren en tu website.



HE AQUÍ LA IMPORTANCIA DE CONOCER
A TUS CLIENTES
PARA PODER DIRIGIR LA OFERTA
ADECUADA.

En el momento en que el usuario complete la acción de llenar el formulario de la oferta y brinde su información, este se convertirá en un lead o cliente potencial de tu marca, lo cual será una oportunidad muy valiosa para concretar una venta.

Estas ofertas se encuentran en estructuras llamadas landing pages o páginas de destino, a las cuales llegarán luego de hacer clic en un botón call to action dentro de tu website, blog o publicidad en redes sociales.

¡DESCARGAR!





HERRAMIENTAS A UTILIZAR

CALL TO ACTION:

Estos botones serán esenciales para lograr que los usuarios lleguen a tu oferta. Estarán ubicados en cualquier espacio de tu website, blog e incluso en la publicidad pagada en tus redes sociales.

LANDING PAGES:

Esta será una página de destino, donde se encontrará la oferta que deseas ofrecer a tus clientes, y elementos como sus beneficios, de qué se trata la oferta y el formulario para obtenerla.

LEAD MANAGEMENT:

Mediante este proceso podrás segmentar a tus leads dependiendo de su comportamiento y actividades en tu website u otros canales.

CERRAR



Luego de tener mayor conocimiento sobre tus clientes potenciales, debes llevar a estos a convertirse en clientes de tu marca, concretando una venta.

Para ello puedes utilizar el lead nurturing, el cual por medio de emails con contenido relevante, te ayudará a construir autoridad y confianza de tu marca. Tu meta será ofrecerles contenido que los lleve a cerrar una venta.

POR LO TANTO DEBERÁS ENFOCARTE
EN CONTENIDO
VALIOSO Y ATRACTIVO
SEGÚN SU PATRÓN DE COMPRA Y NECESIDADES.

No te olvides de mantener informado a tu equipo de ventas, ya que de esta manera será más fácil identificar y calificar aquellos leads que están preparados para concretar una venta.

CAUTIVAR

El inbound marketing destaca por tener un ciclo de compra continuo donde, al finalizar una venta, se deberá tener un seguimiento de los actuales clientes, con la finalidad de brindarles más contenido y convertirlos en clientes fieles y promotores de tu marca.

Esto quiere decir que al alcanzar tu meta de llegar a ciertas ventas mensuales con usuarios únicos, tendrás la ventaja de continuar recibiendo resultados positivos de tus actuales clientes.

Recuerda que será más fácil venderle tus productos a una persona que ya confía en tu marca, que a un usuario nuevo.

POR LO TANTO, DEBE SER PRIORIDAD
EL SEGUIR BRINDÁNDOLES
VALOR A TUS ACTUALES
CLIENTES.





HERRAMIENTAS A UTILIZAR

SMART SOCIAL MEDIA:

El contenido en esta fase se enfocará en premiar a tus clientes con ofertas, cupones o información de interés dirigidos a sus leads.

EMAIL:

Al personalizar tus emails hacia un grupo objetivo segmentado tendrás más oportunidades de dirigir tu contenido correctamente.

ANÁLISIS

¿LUEGO DE GENERAR
ACCIONES EN TU ESTRATEGIA
QUE DEBES HACER?

Un buen análisis de tu estrategia será clave no sólo para identificar si tus esfuerzos están generando los resultados deseados, sino para evaluar los aspectos negativos que están perjudicando la misma y que se podrían optimizar o cambiar. Además, analizar tus esfuerzos te brindará información más detallada sobre tus clientes, para de esta manera brindarles una mejor experiencia, ofertas y contenido.





HERRAMIENTAS A UTILIZAR

MARKETING AUTOMATION:

Este podrás utilizarlo para crear “follow up” emails dirigidos a tus leads.



CONCLUSIÓN

Todos lo que has aprendido sobre esta metodología, será de mucha ayuda para mejorar las ventas y el retorno de inversión de tu negocio, pero debes tener en cuenta el construir una estrategia profesional y efectiva que te garantice resultados positivos en tus esfuerzos.

Para ello lo recomendable es empezar analizando tu situación actual en la web, y considerando el contratar a profesionales que puedan asesorarte en el proceso de planificación y gestión de tu estrategia. Todas estas acciones serán muy efectivas, pero si inviertes en tiempo y dinero, los resultados que obtendrás serán de calidad.

No dejes que la actualización móvil de Google
AFECTE TU RANKING EN LOS RESULTADOS DE BÚSQUEDA

SOLICITAR **ASESORÍA**



MAS DIGITAL
LA AGENCIA DE INBOUND MARKETING