

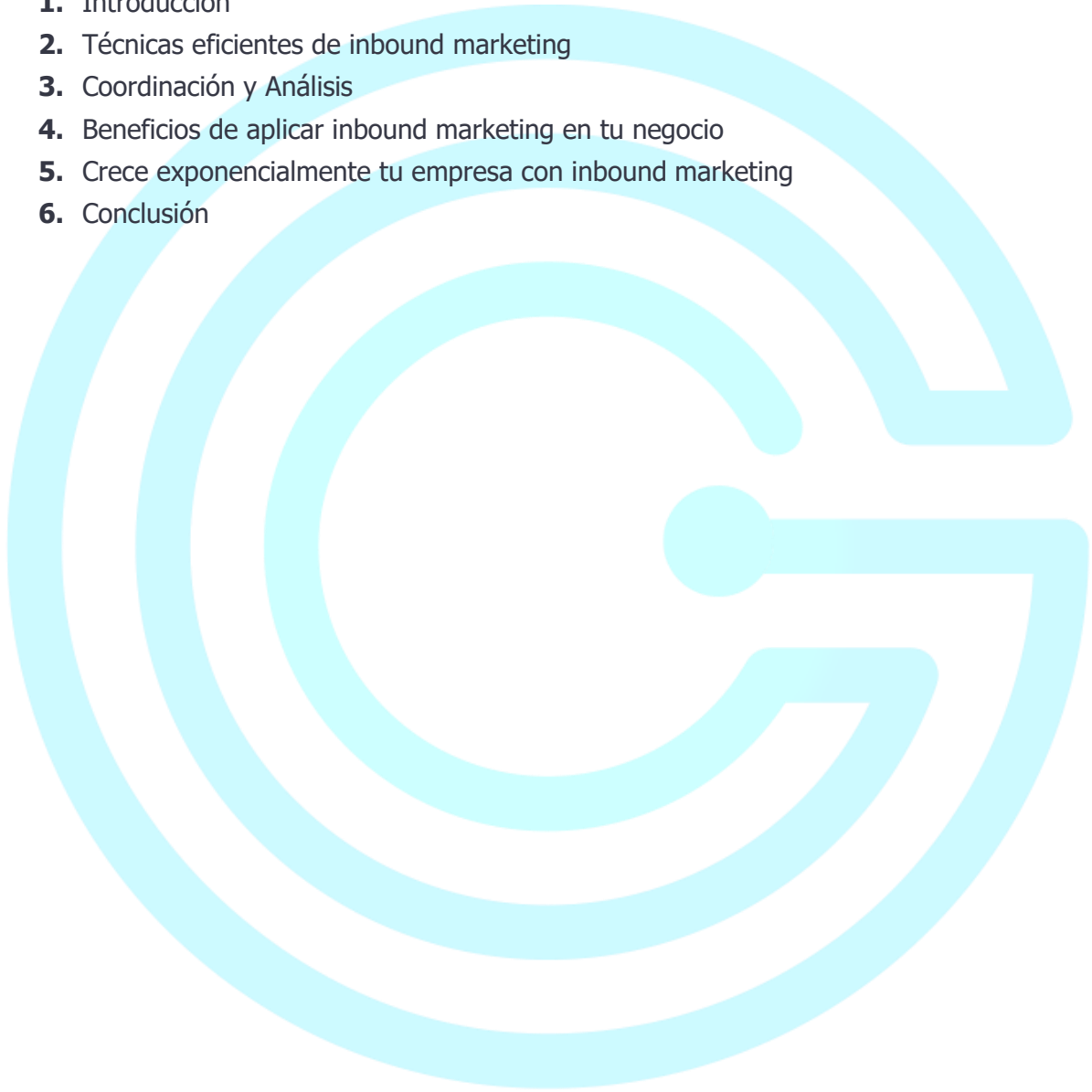


GLOBELUSTERS
MEDIA

5 técnicas eficientes de Inbound Marketing

Contenidos

1. Introducción
2. Técnicas eficientes de inbound marketing
3. Coordinación y Análisis
4. Beneficios de aplicar inbound marketing en tu negocio
5. Crece exponencialmente tu empresa con inbound marketing
6. Conclusión



1. Introducción

1.1. ¿Qué es inbound Marketing? (Marketing de atracción)

El inbound marketing es una estrategia que ayuda al cliente a encontrar a tu empresa más fácilmente en internet, al contrario que el marketing tradicional. Aplicando la metodología de inbound marketing los clientes podrán conocer tu marca, productos y servicios mucho mejor a través de contenido de valor que se enfoca hacia sus preguntas, necesidades y búsquedas.

El inbound marketing consiste en 4 etapas:

- ***Atraer:*** Esta es la etapa principal que consiste en captar la atención de tus clientes potenciales y ayudarlos a encontrar soluciones a sus necesidades. Para esto será necesario desarrollar un plan de contenidos para tus "buyer personas" y comenzar a posicionar a tu empresa en internet para aumentar el tráfico hacia tu sitio web.
- ***Convertir:*** Convertir los clientes potenciales en leads. Después de la creación del contenido puedes invitar a tus clientes potenciales a compartir contigo sus datos de contacto para integrarlos a tu base de contactos, esto se puede lograr por medio de formularios asociados a ofertas de contenido descargable o promociones especiales.
- ***Cerrar:*** Concretar la venta unificando los esfuerzos del equipo de marketing y de ventas para maximizar los resultados de la estrategia. Utilizando un CRM se puede generar un mejor conocimiento de la trayectoria del comprador y saber cuál es el mejor momento para lanzarle las mejores propuestas para su beneficio y así lograr la venta, convertirlo en cliente y trabajar en su fidelización.
- ***Deleitar:*** El trabajo no termina al cerrar la venta, sino que tendremos que ir mucho más allá para generar una relación a largo plazo con tus clientes para que ellos mismos sean también tus promotores. Ayúdales a alcanzar el éxito, crea un vínculo especial con ellos y ofréceles una experiencia única para que estén satisfechos y se conviertan en amplificadores de tu marca, agregando mucho valor a tu negocio e imagen.

1.2. Objetivos

1. Técnicas eficientes de inbound marketing.
2. Beneficios al aplicar inbound marketing en tu negocio.
3. Inbound Sales, ¿Cómo puede mejorar tus ventas?

Hacer inbound marketing te ayudará a generar más tráfico, leads, oportunidades de venta y hará tu empresa mucho más rentable. Al generar contenido de valor podrás posicionar tu marca en el top of mind de tu sector. Fortaleciendo tu presencia online lograrás que tus clientes potenciales te encuentren primero al realizar una búsqueda relacionada con tu industria.

El inbound marketing es para todo tipo de empresas B2B y B2C. Al nutrir a los clientes potenciales con contenidos de valor de manera personalizada, los procesos de venta se verán beneficiados haciendo la trayectoria mucho más corta y rápida.

2. Técnicas eficientes de inbound marketing

2.1. Campañas de inbound marketing:

Una campaña exitosa de inbound marketing contiene:

- **Post de interés:** Identifica, ¿Qué le interesa saber, ver y leer a tu cliente potencial? Elige temas interesantes por los cuales ellos se sientan atraídos. Desarrolla textos que les ayuden a resolver sus dudas y problemas y que les aporte valor. Esta es la base de una estrategia de contenidos inbound.
- **Oferta de valor:** Ofrecer y poner al alcance de tus clientes potenciales contenidos con soluciones para resolver un problema según su etapa en el embudo de ventas, tales como: eBooks, webinars, videos, guías, checklists, entre otros.
- **Call-to-Action (CTA):** Incluye "Llamadas a la acción efectivas" El botón mágico que invita al cliente potencial a dar clic después de la lectura que realice de tu contenido. Es el paso que los llevará al final del embudo de ventas y así se podrán convertir en clientes. Asegúrate de ubicar los botones en una parte visible en tu web, con el fin de facilitar al cliente potencial un hilo de comunicación rápida y directa.
- **Landing Page (LP):** Crea "Páginas de destino" con información clara, detallada y consistente con tu llamada a la acción. El objetivo es dirigir a los clientes potenciales aquí para convertir su visita en lead (cliente potencial) y posteriormente en clientes. Agrega formularios concretos para recolectar su información de contacto a cambio de la oferta de valor que elegiste para tu campaña.

- **Formulario:** Identifica bien qué datos son importantes y necesarios para solicitar a tus visitantes, cuanta más información puedas obtener, el acompañamiento será más satisfactorio y podrás analizar con más facilidad el comportamiento del cliente durante el proceso. Equilibra el formulario para no llegar a ser invasivo y asegúrate de no arriesgar la conversión por esto.
- **Thank You Page (TYP):** Incluye "Páginas de agradecimiento" que redireccionen al visitante a ellas después de rellenar el formulario para agradecerle su interés en el material ofrecido. En esta puedes invitar a tus clientes potenciales a seguirte en redes sociales, ofrecer material adicional y la oportunidad de compartir la oferta con sus contactos.
- **Mail de seguimiento:** La parte esencial de la campaña. En este deberás incluir el material ofrecido y podrás aprovechar la comunicación para la nutrición del lead. Comparte más ofertas, lecturas y contenido que sean de su interés. Crea ese vínculo que fortalecerá la relación a largo plazo.
- **Blog:** Crea un blog que se alinee con tus clientes ideales, para ofrecerles información de su interés. Procura no vender, sino simplemente ayudarle a resolver cualquier inquietud y despertar en el/ella motivaciones para llevarlos a la acción. Ej. Si tu empresa se dedica a la venta e instalación de paneles solares, puedes crear un blog que incluya información sobre beneficios de la instalación fotovoltaica y consejos de ahorro de energía. Deberán ser contenidos que realmente aporten información de valor, estén actualizados, resulten interesantes y sean de calidad para que tus lectores se interesen por interactuar contigo.
- **Optimización de palabras clave: SEO**

A la par de la creación del blog de tu empresa, primero tienes que identificar y optimizar las palabras clave por las cuales tus usuarios te encontrarán en los buscadores. Haz un análisis previo de lo que ya están buscando tus clientes ideales, así como los clientes de tus competidores. Trabaja también en la estructura de tu sitio web, la organización de tus encabezados, links incrustados y toda la información que ofreces para su beneficio.

- **Redes Sociales:** Aprovecha estos canales de comunicación para lograr interactuar con tu audiencia objetiva de manera directa y personal. El inbound marketing lo puedes lograr siguiendo un cronograma de publicaciones con contenidos relevantes para que aumenten las visitas y acelerar el posicionamiento orgánico.

En inbound marketing el objetivo principal es lograr el posicionamiento orgánico, sin embargo, no descartes opciones de publicidad pagada online para complementar tus estrategias de comunicación, para atraer aún más usuarios que encajen con tu buyer persona.

Puedes invertir una cantidad mensual específica a las publicaciones que hayan tenido más alcance.

- **Sitio Web:** La pieza fundamental para la estrategia de inbound marketing es tu sitio web. Es crucial que esté alineada toda la comunicación y todos los objetivos principales de tus campañas para lograr atraer tráfico cualificado, generar leads de forma constante y exponencialmente. Es importante reconocer que la mayoría de los usuarios que navegan en internet buscan sitios web con contenido actualizado. Así que deberás ser constante en el mantenimiento de tu web., actualizando y optimizando la información y la infraestructura para llamar la atención de tus clientes potenciales.

3. Coordinación y Análisis

Una vez desarrollada e implementada la estrategia de inbound marketing, define bien cómo se medirán los resultados. Elige los KPI más adecuados para el análisis y los necesarios para medir todas las acciones realizadas.

Mide de manera semanal por lo menos los siguientes KPI: Visitas orgánicas, leads o registros, coste de adquisición, tasa de conversión de visita a lead, clientes potenciales, tasa de conversión de lead a cliente potencial, grado de impacto, entre otros.

Tener una visión clara de los objetivos desde el inicio te ayudará a optimizar la campaña y los resultados, puesto que tendrás acceso a toda la información en todo momento y podrás actuar a tiempo para perfeccionarla y solucionar cualquier problema que se presente.

Recuerda ser constante en la comunicación de inbound marketing y seguir el plan de contenidos. Tómame el tiempo necesario para revisar y analizar cada publicación en cada fase y comienza a desarrollar tu estrategia efectiva de comunicación, no hay errores solo aprendizajes. Con el inbound marketing conocerás mucho más a tus clientes ideales, pues podrás saber qué contenido tiene más aceptación y más engagement y en base a los resultados crear más contenido parecido que sea de tu interés.

Gracias a la estrategia de inbound marketing podrás comenzar a generar y captar mucho más tráfico y leads. La planificación y el análisis de los resultados son pilares fundamentales de la estrategia. Continúa con la nutrición de leads y logra su trayectoria de compra más corta y rápida. Con estos consejos de la creación de una estrategia inbound marketing estarás llevando tu negocio a otro nivel.

4. Beneficios de aplicar inbound marketing en tu negocio

4.1. Garantiza mayor visibilidad

Hoy en día cualquier marca y empresa puede lograr protagonismo. En internet todo se puede encontrar. Creando contenido de alta calidad con un plan de marketing tus clientes potenciales te podrán encontrar fácilmente. La estrategia de inbound marketing te permitirá compartir tu marca en cualquier lugar de la web, dándote a conocer a tus posibles clientes y obteniendo mayor visibilidad.

4.2. Disminuir los esfuerzos del trabajo

Una de las estrategias de inbound marketing es unificar los esfuerzos del equipo comercial y del equipo de marketing. Ya que ambos trabajos se complementan, llevando una sola comunicación a más personas, expandiendo la marca y así logrando incrementar las ventas.

Trabajando ambos equipos en el desarrollo e implementación de estrategias de inbound marketing podrán juntos: crear mejores contenidos de calidad, atraer clientes cualificados, garantizar la conversión de clientes potenciales, generar más leads, aumentar el número de ventas y fidelizar a los clientes.

4.3. Fidelizar a tus clientes

Como hemos comentado anteriormente, la estrategia de inbound marketing ayudará a que tu cliente potencial te encuentre fácilmente en internet. Así podrán conocer tu marca, productos y servicios mucho mejor a través de contenido de valor que se enfocan hacia sus preguntas, necesidades y búsquedas. De esta manera, llegarás a ellos de manera más sutil y generando un sentimiento de confianza.

La estrategia de inbound marketing otorgará un mayor beneficio para tu marca, pues será un medio de difusión masivo completamente gratis y con un mayor alcance, esto si logras que tus seguidores se sientan identificados con tu contenido, sea de su interés y quieran compartirlo con sus amigos. Aprovecha las oportunidades para fidelizar a tus clientes y ofréceles más beneficios por ser parte de tu comunidad de seguidores.

4.4. Mantén un compromiso con tus seguidores

La creación de contenido de alta calidad captará la atención de tus clientes ideales, será necesario mantener esa comunicación activa y constante para aumentar las posibilidades de que ese seguidor se convierta en un cliente.

Ofrece tutoriales gratuitos o suscripciones por tiempo limitado para causar satisfacción y afirmar la credibilidad de tus conocimientos acerca de temas específicos.

Fortalece la relación con tus seguidores con una buena estrategia de inbound incluyendo un marketing mix exitoso.

4.5. Aumentar el tráfico

Con la estrategia de inbound marketing lograrás aumentar el tráfico a tu sitio web y obtendrás mayor presencia en internet, gracias a esto podrás llegar a tu cliente ideal de manera orgánica y reducirás el bounce rate.

5. Crece exponencialmente tu empresa con inbound marketing

Para que tu estrategia de inbound marketing sea exitosa te recomendamos incluir lo siguiente en tus campañas:

- Contenidos optimizados, personalizados y de calidad.
- Contenidos que se hagan tendencia o virales.
- Analizar los alcances y resultados finales después de la finalización de cada campaña inbound.

Ten en cuenta estos objetivos y comienza a crear campañas exitosas para tu negocio. Aumenta tus ventas y obtén más clientes por medio de redes sociales, utilizando la estrategia de inbound marketing.

5.1. Inbound Sales, ¿Cómo pueden mejorar tus ventas?

Inbound sales se enfoca principalmente en crear una conexión real con los clientes a través de la atención personalizada a sus necesidades y a solucionar sus problemas. Al interesarte verdaderamente por tus clientes como individuos y al brindarles productos y servicios que les ayudará a mejorar su situación, te llevará a incrementar tus ventas.

El principal objetivo de inbound sales es educar al cliente y construir relaciones con ellos para mejorar tu tasa de cierre, aumentar los ingresos y crear clientes de por vida para tu negocio.

5.2. Inbound Sales, ¿Cómo aplicarlo a mi negocio?

Perfil del cliente: Identifica personas que están dispuestas a comprar por medio de tu sitio web, publicaciones en tu blog, o en las interacciones con tu chatbot.

Conecta y soluciona: Una vez identificado el cliente potencial, abre una conversación y ofréceles soluciones a sus problemas de manera personalizada. (Puesto que cada prospecto tendrá diferentes necesidades). Educa a tus prospectos acerca de todos los beneficios que pueden obtener de tu producto o servicio y prepara un proceso estandarizado de seguimiento al cliente y de comunicación activa hasta el cierre de la venta o hasta definir su estado final.

Califica a los prospectos: En esta etapa podrás explorar más información necesaria de tus prospectos para identificar la solución más efectiva que les puedes ofrecer y así ser capaz de construir un plan para tu prospecto. Identificar el presupuesto del prospecto y el tiempo en el que necesita y quiere tener la solución te evitará invertir demasiado tiempo en los prospectos que quizás nunca se convertirán en compradores. Habla y actúa con sinceridad acerca de lo que pueden esperar al comprar lo que les ofreces.

Cierre de ventas: El paso definitivo para convertirlos en clientes de pago. Ayúdalos a ver los beneficios de tu producto o servicio y resuelve todas las dudas que tengan. Puedes crear una oferta personalizada con información muy única de sus necesidades para deleitarlos y lograr el cierre.

6. Conclusión

6.1. Pon en práctica el inbound marketing y el inbound sales para crecer tu negocio.

En conclusión, el inbound marketing es una estrategia enfocada 100% al cliente, con sus necesidades, gustos, comportamientos, emociones y con lo que se sientan identificados.

Para la implementación de una estrategia efectiva de inbound marketing será necesaria la personalización de la comunicación y compartir en un principio los beneficios de tu producto y servicio, es decir reflejarles cómo les ayudarás, transmitir confianza con ellos y así cerrar muchas ventas.

Recuerda que por medio de inbound marketing los clientes son los que te encontrarán a ti, para esto es indispensable tener tus canales de comunicación al día, con una presentación profesional y con contenido de calidad, para lograr conectar con ellos y abrir una conversación para resolver dudas que tengan y guiarlos al final del embudo de ventas.

La comunicación es fundamental para la metodología de inbound marketing y sales, capacita y fomenta una comunicación efectiva dentro del equipo de trabajo para lograr los objetivos.

Transmite un mensaje de pertenencia a tus clientes para que se sientan apreciados y ofréceles siempre atención personalizada. Gracias a la metodología de inbound marketing atraer clientes será mucho más fácil, podrás generar más tráfico a tu sitio web y dependerá de tus esfuerzos para retenerlos y convertirlos.

¡Introduce una estrategia de inbound marketing y prepárate para el éxito!

No quiero engañarte. Hacer crecer un negocio es un trabajo duro.

Sin embargo, si estás dispuesto a hacerlo y realmente lo quieres, tienes una estrategia sólida como punto de partida en este artículo y en el otro contenido volcado en nuestro blog.

Eres libre para aplicar todo esto de forma independiente. Por tu cuenta, vaya.

Si lo que quieres es centrarte, eres emprendedor y quieres duplicar, triplicar o incluso cuadruplicar tu facturación, ponte en contacto con nosotros HOY para averiguar cómo podemos ayudarte.

Agenda ahora una llamada de sesión estratégica gratuita de 15 minutos con un consultor oficial de Globelusters Media.

AGENDAR LLAMADA ESTRATÉGICA



Autor: Globelusters Media

Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier medio, sin autorización expresa por escrito. Todos los derechos reservados.

