

Inbound Marketing

DERECHOS RESERVADOS. El material aquí contenido es capital intelectual de MARinc Media S.A. por lo que queda totalmente prohibida toda reproducción parcial o total hasta que haya un acuerdo económico y pago sobre el mismo por parte del cliente.

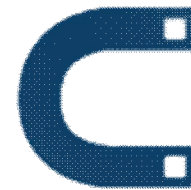


1 SE TRATA DE CREAR
MARKETING QUE LA
GENTE AME.

DERECHOS RESERVADOS. El material aquí contenido es capital intelectual de MARinc Media S.A. por lo que queda totalmente prohibida toda reproducción parcial o total hasta que haya un acuerdo económico y pago sobre el mismo por parte del cliente.

TRADICIONAL

inbound



Llamadas en frío
Emails en frío (SPAM)
Anuncios que
interrumpen
Centrado en la empresa

SEO
Blogging
Atracción
Centrada en el cliente



METODOLOGÍA INBOUND





2 ¿CUALES SON LOS FUNDAMENTOS DEL ÉXITO DEL INBOUND?

DERECHOS RESERVADOS. El material aquí contenido es capital intelectual de MARinc Media S.A. por lo que queda totalmente prohibida toda reproducción parcial o total hasta que haya un acuerdo económico y pago sobre el mismo por parte del cliente.

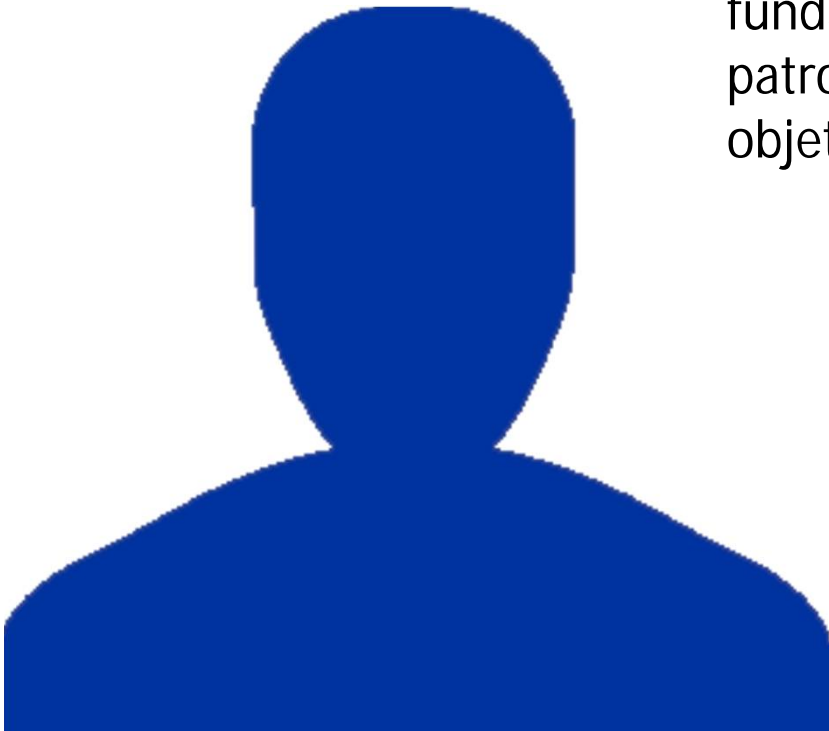
MEJORES PRACTICAS DEL INBOUND

- Usar buyer personas.
- Usar el Buyer Journey.
- Crear contenido notable.
- Aprovechar el contenido.



BUYER PERSONAS

Representación semi-ficticia de tu cliente ideal basado en datos reales y alguna especulación fundamentada acerca de datos demográficos, patrones de comportamiento, motivaciones, objetivos y retos.



EJEMPLO DE PREGUNTAS PARA LA INVESTIGACION DEL BUYER PERSONA

Detalles de la persona	Ejemplos de preguntas
ROL	¿Cuál es tu cargo? ¿Cuál es tu rol en este cargo?
COMPAÑÍA / ORGANIZACIÓN	¿En qué Industria o Industrias está involucrada su compañía?
METAS	¿Qué quieres lograr con lo que estás trabajando?
RETOS	¿Cuáles son tus mayores retos?
APRENDIZAJE	¿Cómo aprendes nueva información útil para su trabajo?
PREFERENCIAS DE COMPRA	¿Utilizas internet para investigar acerca de nuevos proveedores o productos?



EJEMPLO SALLY

INFORMACION BASICA

- Jefe de Recursos Humanos, casada con dos hijos (10 y 8)
- Ha trabajado en la misma compañía durante 10 años, entró como Asistente de RH

DEMOGRAFICOS

- Edad 30-45, ingreso dual de \$140 millones

IDENTIFICADORES

- Actitud calmada, usualmente su asistente atiende las llamadas, prefiere información por email/impresa

METAS

- Mantiene a los empleados contentos y tiene baja rotación. Apoya a los equipos jurídicos y financieros

RETOS

- Lograr tener todo hecho con un pequeño equipo. Estar pendiente de todos los cambios en la empresa

COMO AYUDAMOS NOSOTROS

- Haciendo fácil gestionar todos los datos de los empleados en un solo lugar
- Integrando con los sistemas legales y financieros

OBJECIONES COMUNES

- Preocupada de perder todos los datos al pasarse a un nuevo sistema, no quiere tener que entrenar a toda la compañía para usar el nuevo sistema

CITAS REALES

- "Ha sido difícil conseguir la adopción de toda la compañía a las nuevas tecnologías en el pasado"
- "He tenido que tratar con muchas integraciones problemáticas con otros departamentos, bases de datos y software"



EL BUYER JOURNEY



Me duele la garganta, tengo fiebre y me pica todo. Qué me pasa?



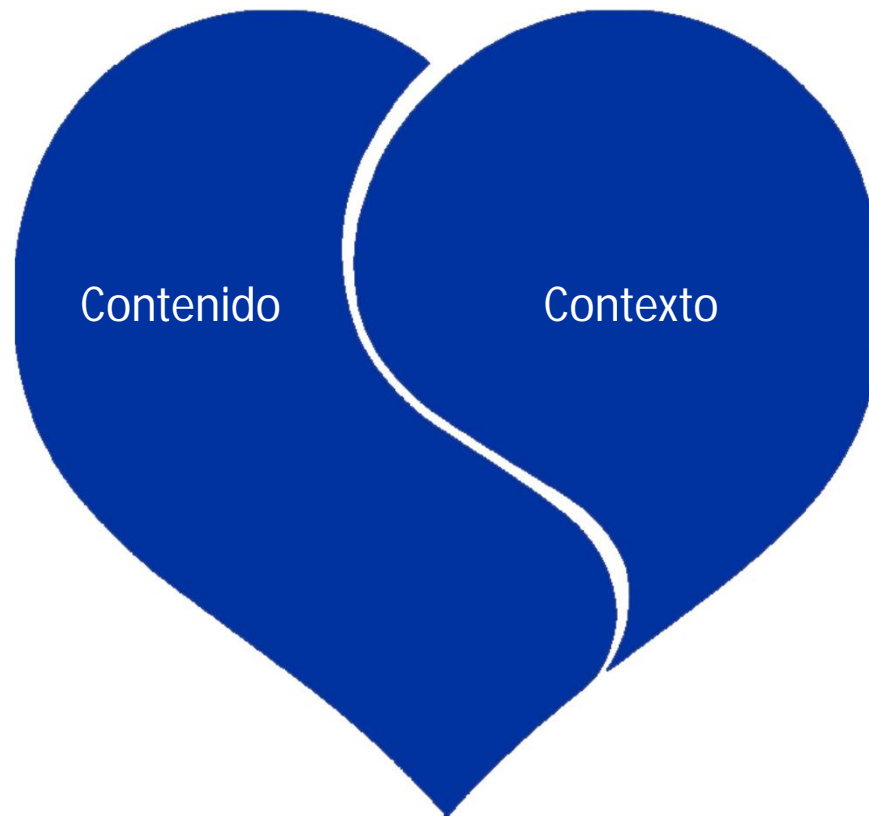
A--ha! Tengo amigdalitis! Qué opciones tengo para aliviarla o curarla?



Puedo ir al médico general o a urgencias. Urgencias es muy caro, pero tengo seguro médico.



Inbound Marketing = Contenido + Contexto



DERECHOS RESERVADOS. El material aquí contenido es capital intelectual de MARinc Media S.A. por lo que queda totalmente prohibida toda reproducción parcial o total hasta que haya un acuerdo económico y pago sobre el mismo por parte del cliente.



AL CREAR CONTENIDO, HAZLO EDUCATIVO

No eduques a tus buyer personas sobre quién *eres* y qué *haces*, edúcalos acerca de sus problemas y soluciones a esos problemas.



APROVECHA TU CONTENIDO VIA LA DISTRIBUCIÓN

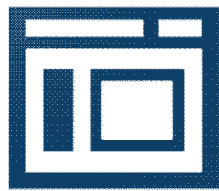
La técnica correcta de distribución permite que el contenido se ajuste a la persona adecuada en el momento apropiado.



Páginas
Web



Blog



Landing
Pages



Redes
Sociales



Llamadas a
la acción
[CTA]



Emails de
marketing





DERECHOS RESERVADOS. El material aquí contenido es capital intelectual de MARinc Media S.A. por lo que queda totalmente prohibida toda reproducción parcial o total hasta que haya un acuerdo económico y pago sobre el mismo por parte del cliente.