

Comercio Electrónico Orientado a Emprendimiento

Márketing Online (3)

Dani Cerqueiro

@danicerqueiro

www.danicerqueiro.eu

Buscamos un plan



O plan de márketing

O plan de márketing é un documento escrito e eminentemente práctico, no cal, tras unha análise interna e externa, defínense os obxectivos, estratexias e accións para conseguir unha meta específica.

O plan de márketing

- Análise interno (¿onde estamos?)
- Benchmarking (¿que está facendo a competencia?)
- Fixación de obxectivos (¿a onde queremos ir?)
- Estratexia (¿que facemos para chegar?)
- Plan de acción (¿como chegamos?)

Captación e Conversión

2 conceptos clave:
Conversión e
Captación.



Inbound Márketing



¿Qué es **Inbound Marketing**?

Descúbrelo en 5 minutos

Quiéras o no el marketing
tradicional ha

cambiado

El comportamiento de las personas ha cambiado
Las personas están **ignorando** las
prácticas tradicionales de Marketing



El antiguo modelo de marketing tradicional está **QUEBRADO.**



86%
Se salta los
anuncios de TV



91%
Elimina sus
suscripciones



44%
De los correos
masivos no son
abiertos



200M
Contactos son
clasificados como
"No Contestar"

Si lo que queremos es atraer
clientes, debemos darles algo que
ellos quieran recibir



AQUÍ ES
DONDE EL
inbound
ES RELEVANTE.

A photograph of two hands clasped together, one hand holding the other, symbolizing support or partnership. The hands are positioned on the left side of the slide, with the fingers interlocked.

Definición

Inbound Marketing

es un enfoque holístico, basado en datos que **atrae** a las personas **convirtiéndolos** en clientes fieles y duraderos

¿Cuál es la diferencia del Inbound Marketing?

TRADICIONAL



Llamadas en frío
Emails masivos(SPAM)
Anuncios que interrumpen
Centrados en el Marketing

VS.

INBOUND



SEO
Contenido de Calidad
Atracción
Centrado en el Cliente

Cuando usas Inbound Marketing,
los clientes vienen a ti

Metodología

La metodología Inbound te permite convertir a los **extraños** en **clientes** y luego en **promotores** de tu marca



El Inbound Marketing utiliza contenido



Blogs



Herramientas Interactivas



Fotos & Infografías



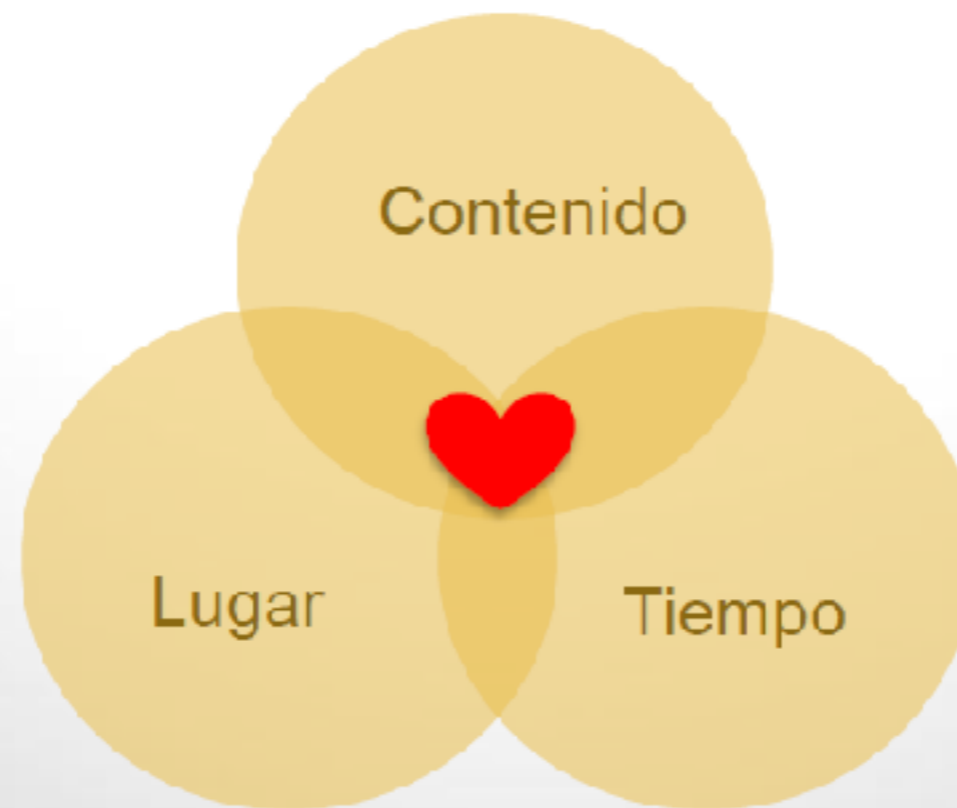
Videos & Podcasts



Presentaciones & eBooks

... y contexto

Al publicar el contenido apropiado en el lugar apropiado y en el tiempo apropiado tu estrategia de marketing se vuelve **relevante** y **útil** para tus clientes,
no los interrumpe



Esto es marketing que las personas **disfrutan**.

Es marketing en múltiples canales

El inbound marketing utiliza **múltiples canales** por naturaleza ya que está donde las personas están en el canal donde **ellas quieren interactuar contigo**.

Palabras Clave

Blog

Llamadas a la acción

Sitios web &

Redes Sociales

Páginas de destino

Email

Automatización de

Marketing

La metodología inbound es como un embudo

Obtén Tráfico

Crea contenido para tu **blog** optimízalo para los motores de búsqueda (**SEO**) y promuevelo en **redes sociales**

Obtén Prospectos

Coloca **llamados a las acción (CTA)** en tu sitio web que lleve a tus clientes a tus **páginas de destino** con formularios. Las visitas llenarán el **formulario** para obtener lo que estás ofreciendo y se convertirán en un prospecto

Obtén Clientes

Envía **emails automatizados** a tus prospectos para conducirlos a lo largo del ciclo de compra. Entrega a tu equipo de venta **información sobre los prospectos** para que puedan hacer ventas efectivas.

Analiza

Analza el éxito de tu campaña de marketing, y determina qué áreas funcionan y cuáles deben ser optimizadas en el futuro.

Que considera el recorrido del prospecto

El inbound marketing reconoce que los clientes pasan por **diferentes etapas** antes de realizar una compra **entregando el contenido adecuado en cada una.**



El prospecto tiene un problema o está en busca de una respuesta. En esta etapa realiza investigación educativa para poder entender mejor su problema



El prospecto ha definido su problema o oportunidad y le ha puesto un nombre. En esta etapa está informándose acerca de las distintas soluciones/productos disponibles



El prospecto ya ha decidido qué tipo de solución/producto necesita. En esta etapa está armando una lista de soluciones para poder comparar y tomar una decisión final.

Graciñas

Dani Cerqueiro

@danicerqueiro

www.danicerqueiro.eu