



L U · A M

¡AUMENTA TUS VENTAS ONLINE!

Una introducción al

INBOUND MARKETING



www.luam.cl

Índice

I. Tu sitio web por si solo no vende	03
II. ¿Qué es el Inbound Marketing?	05
III. ¿Cómo funciona la metodología?	07
IV. ¡Aumenta tus ventas	10

E-Book escrito en Julio 2018, por Daniel aldea para Luam, agencia de Inbound Marketing

I. Tu sitio web por si solo no vende

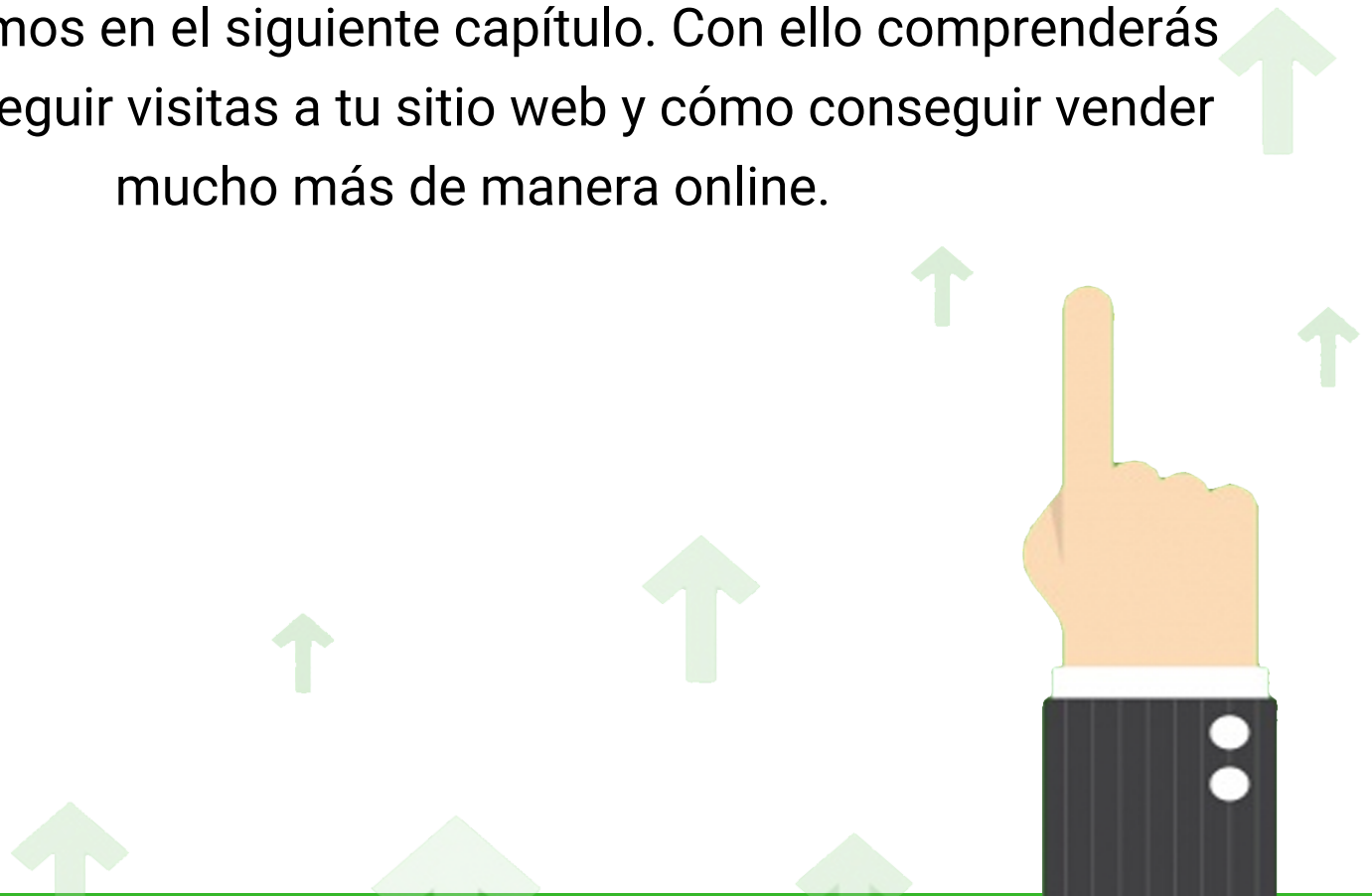
El error más frecuente que cometen las personas es pensar que al tener un sitio web comenzarán a vender de inmediato, sin ninguna otra acción requerida.

He podido ver muchos sitios web bien diseñados, y aún optimizados para verse bien en dispositivos móviles, a lo largo de los meses **no tienen una sola visita.**

Lo cierto es que debes llevar visitas al sitio web, y luego debes tener una estrategia clara para que esas visitas se conviertan finalmente en clientes ¡O incluso en promotores!

¿CÓMO SE LOGRA ESO?

Justamente de eso se trata el Inbound Marketing, que comentaremos en el siguiente capítulo. Con ello comprenderás cómo conseguir visitas a tu sitio web y cómo conseguir vender mucho más de manera online.



II. ¿Qué es el Inbound Marketing?

Es una **metodología** que se basa en atraer clientes con contenido útil, relevante y agregando valor en cada una de las etapas del recorrido del comprador, pasando por la venta y luego deleitándolo.

Esta metodología **consiste en 4 etapas fundamentales**, durante las cuales el visitante comienza a conocer mejor el producto o servicio, y la empresa, para luego lograr tal confianza que quiere comprar.

Finalmente intentamos fidelizar o deleitar al usuario, para que sea él mismo quien nos recomiende a potenciales clientes y comience así nuevamente el ciclo.

LAS 4 ETAPAS DEL INBOUND MARKETING

El siguiente diagrama ilustra de mejor manera en qué consisten las 4 etapas del Inbound Marketing



III. ¿Cómo funciona la metodología?

La metodología del Inbound Marketing es mas bien sencilla y lógica. Se trata de atraer al usuario y educarlo en el área en que nosotros somos expertos, y de ese modo el usuario entienda la necesidad que tiene de dichos servicios o productos y luego quiera comprarlo a nosotros.

Esa metodología consta de 4 etapas, que puedes ver en el diagrama anterior, y definiremos brevemente a continuación.

1

ATRAER

Mediante contenido valioso en un blog, con buen SEO, palabras clave, publicaciones en redes sociales y campañas de marketing digital (AdWords, Facebook Ads, etc), se busca llevar visitas a nuestro sitio web.

CONVERTIR

Una vez que esos usuarios están en nuestro sitio, mediante landing pages y llamados a la acción, con "lead magnets" u otros, logramos que dichos usuarios se conviertan en Leads, o potenciales clientes.

2

3

CERRAR

Los Leads son ingresados a un CRM y mediante un seguimiento, y fundamentalmente con la automatización de correos y otros, se logra cerrar la venta.

DELEITAR

La venta no es el objetivo final, sino solo el comienzo de una relación a largo plazo, en la cual se continúa dando valor al cliente para que él mismo recomiende nuestros servicios o productos, o desee comprar nuevamente.

4

IV. ¡Aumenta tus ventas!

Por supuesto, si has descargado este E-book, y has leído hasta acá, es porque te interesa aumentar tus ventas. La metodología de Inbound Marketing ha sido probada por miles o millones de empresas alrededor del mundo mostrando un total éxito.

El éxito radica en que logremos identificar claramente las necesidades de nuestros potenciales clientes (o buyer persona), y nos adaptemos a ellos. Le ofrecemos lo que necesitan y, por lo tanto, ellos quedan satisfechos.

La pregunta entonces es **¿Cómo puedes aumentar las ventas de tu empresa con esta metodología?**

La respuesta a esa pregunta depende en gran medida del tipo de producto o servicio que ofrezcas, y por lo tanto no hay una respuesta genérica para todas las empresas, tristemente.

La metodología funciona por igual para cualquier rubro, tanto online como offline, pero su implementación debe ser diseñada a medida, pensando en lo que ofreces y en tu potencial cliente.

La metodología incluye la construcción de lo que se conoce como **Buyer Persona**, que significa reconocer y diseñar el perfil exacto de tus potenciales compradores, y al tener 2 o 3 perfiles definidos, conociendo sus gustos, su entorno, sus necesidades, entonces podemos generar los llamados **Embudos de Venta**, de acuerdo a dichos perfiles.

¿QUÉ SON LOS EMBUDOS DE VENTA?

Los embudos de venta son una especie de camino por el cual avanzarán nuestros visitantes hasta convertirse en un Lead, posteriormente en un comprador y finalmente en un promotor.

El embudo de ventas, ayuda a su vez a ir valorando y filtrando a los verdaderos interesados, para que tu equipo de ventas se preocupe solo de llamar o contactar a los que quieren comprar, dejando que la automatización del embudo de ventas se encargue de educar a los que no han calificado aún, y así generarles mayor interés.

¿EL INBOUND MARKETING ES PARA TODOS?

El Inbound Marketing funciona para cualquier tipo de empresa, ya sea un restaurante, un gimnasio, una universidad, un dentista, una inmobiliaria y podemos seguir listando cuanta empresa queramos.

Si piensas que el usuario busca información al respecto en google, o se pudiera interesar en tu servicio o producto al estar mirando facebook, twitter, linkedin o al recibir un correo electrónico, entonces

¡Inbound Marketing puede aumentar tus ventas!

¿Cómo seguir?

Si te ha llamado la atención este tema, y quieres aumentar las ventas de tu empresa, puedes continuar:

- Visita nuestro blog
- Descarga más recursos gratuitos en nuestra web
- Agenda una video llamada gratis de 30 minutos

*En ella te asesoramos en cómo aplicar Inbound Marketing en tu empresa.
(Valorizada en 100 USD)*





LUAM, AGENCIA DE **INBOUND MARKETING**

Diseño Web, SEO, Marketing Digital y más

www.luam.cl

