

Flujos automáticos en Marketing

El **Marketing Automation** se ha convertido en una herramienta esencial para potenciar la presencia de tu marca y aumentar la eficiencia en tus estrategias de marketing digital. Estamos hablando de la implementación de flujos automáticos, que son secuencias predeterminadas de acciones diseñadas para interactuar con tus leads o clientes de manera personalizada y oportuna.

Vamos a explorar los diferentes tipos de flujos automáticos y cómo cada uno puede contribuir al éxito de tu estrategia de marketing.

1. Welcome & Onboarding

Este flujo está diseñado para dar la bienvenida a nuevos suscriptores o clientes y guiarlos a través del proceso de incorporación a tu marca. Puedes enviar correos electrónicos informativos, tutoriales y consejos para asegurarte de que tengan una experiencia positiva desde el principio.

Ejemplo: Un correo de bienvenida con un video de introducción sobre tu marca y cómo aprovechar al máximo tus productos o servicios.

2. Nurturing

El flujo de nurturing se centra en desarrollar relaciones a largo plazo con tus leads, proporcionándoles contenido valioso y relevante a lo largo de su viaje. Este tipo de flujo es crucial para convertir leads en clientes leales.

Ejemplo: Envío regular de newsletters con contenido educativo, casos de estudio y testimonios.

3. Re-Engagement

Cuando algunos leads se han vuelto inactivos, el flujo de re-engagement entra en acción. Este busca recuperar su interés a través de ofertas especiales, contenido exclusivo o recordatorios sobre los beneficios de tu marca.

Ejemplo: Correo electrónico con un descuento especial para usuarios inactivos.

4. Cumpleaños

Celebra los cumpleaños de tus clientes con un toque personal. Un flujo automático de cumpleaños puede incluir descuentos exclusivos o regalos especiales para hacer que se sientan valorados.

Ejemplo: Enviar un cupón de descuento personalizado en su cumpleaños.

5. Limpieza de Base de Datos (BBDD)

Es crucial mantener una base de datos limpia y actualizada. Este flujo se encarga de eliminar contactos obsoletos, actualizar información y garantizar que tu base de datos esté siempre optimizada.

Ejemplo: Enviar correos solicitando la confirmación de la información del usuario para actualizar la base de datos.

6. Suscripción a Webinar

Automatiza el proceso de inscripción y recordatorios para tus webinars. Facilita la participación de tus leads en eventos en línea y fortalece su interacción con tu marca.

Ejemplo: Envío automático de confirmación de inscripción y recordatorios antes del webinar.

7. Carrito Abandonado

Recupera ventas perdidas al abordar a los usuarios que abandonaron productos en el carrito. Envía recordatorios persuasivos y ofrece incentivos para completar la compra.

Ejemplo: Correo electrónico recordatorio con descuento exclusivo para los productos en el carrito.

8. Descuento por Suscripción

Motiva a los usuarios a suscribirse a tus servicios o productos ofreciendo descuentos especiales como parte de este flujo automático.

Ejemplo: Ofrecer un descuento del 10% a los nuevos suscriptores.

9. Petición de Valoración

Obtén feedback valioso de tus clientes solicitando sus opiniones y valoraciones sobre tus productos o servicios.

Ejemplo: Correo electrónico automático pidiendo a los clientes que compartan su experiencia y dejen una valoración.