
¿Qué es el Growth Marketing?

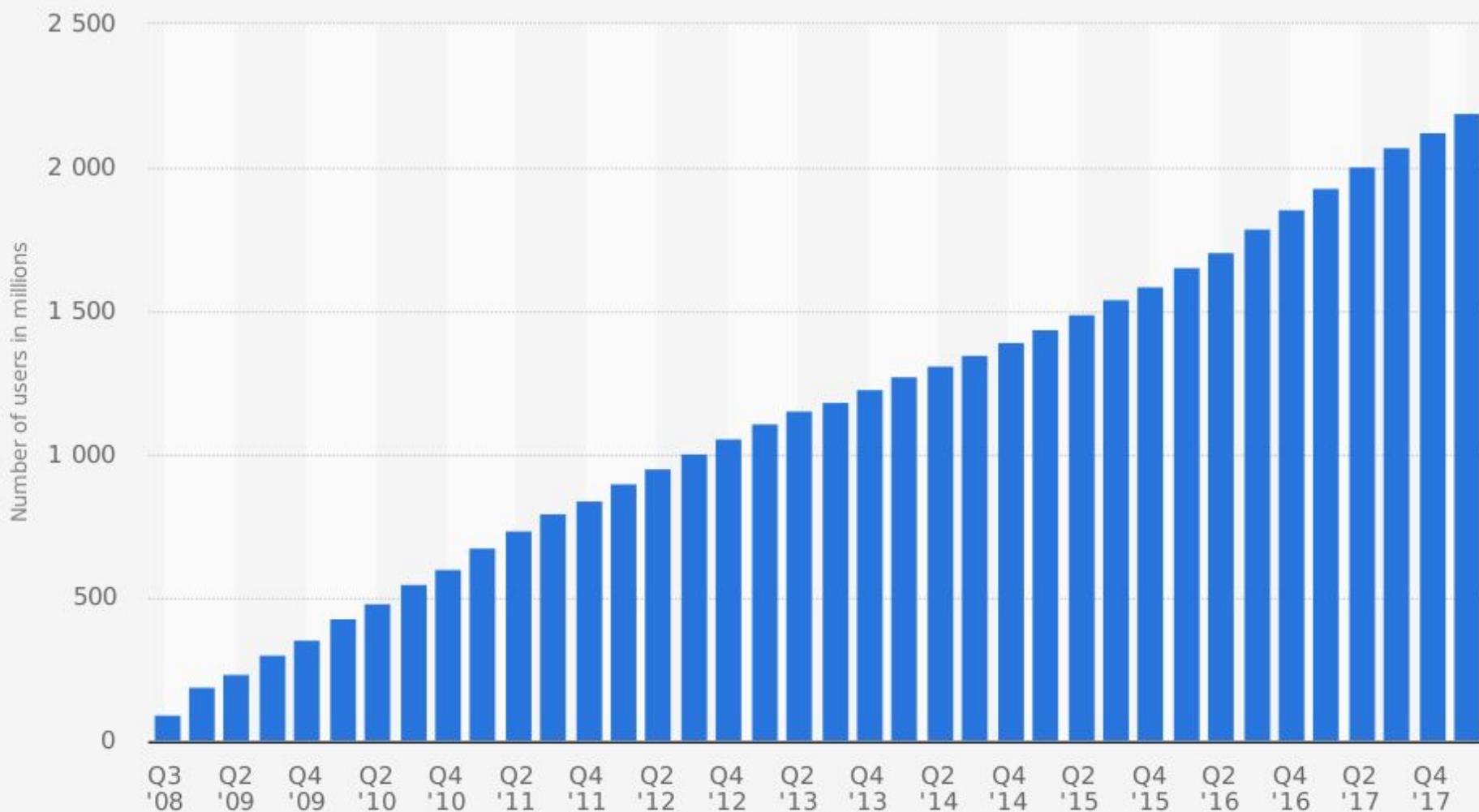


Objetivos

- Descubrir qué es el Growth Marketing.
- Conocer los orígenes de esta disciplina.
- Comprender las habilidades necesarias.
- Desmitificar al Growth Marketing



Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2018 (in millions)



Source
Facebook
© Statista 2018

Additional Information:
Worldwide; Facebook; Q3 2008 to Q1 2018

Daily Active User Growth





Emprendedor creciendo su propio negocio.



Profesional intrapreneur de mercadotecnia u otra disciplina que desee implementarlo en la oficina.



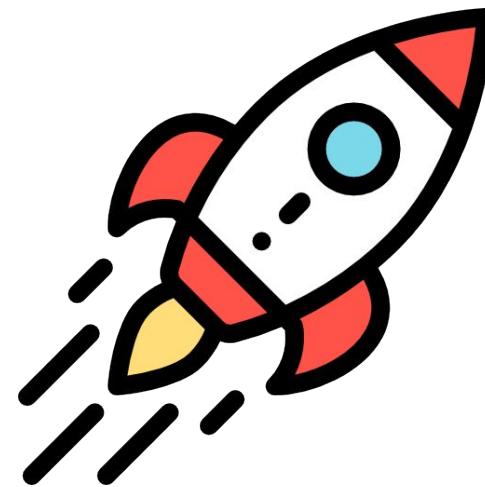
Estudiante de negocios u otra disciplina interesado en el tema.



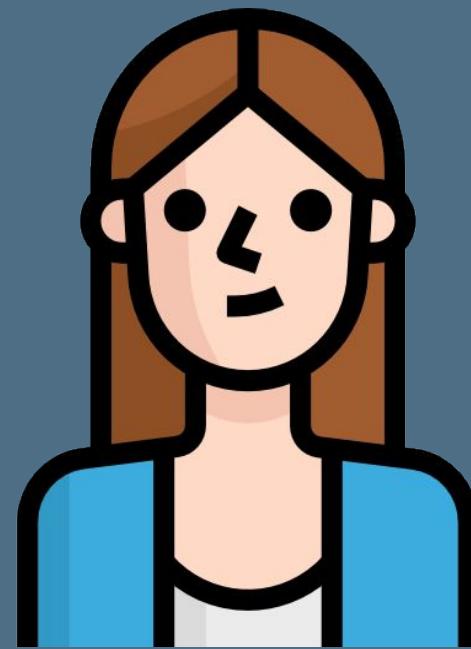
¿Qué te espera después de este Curso?

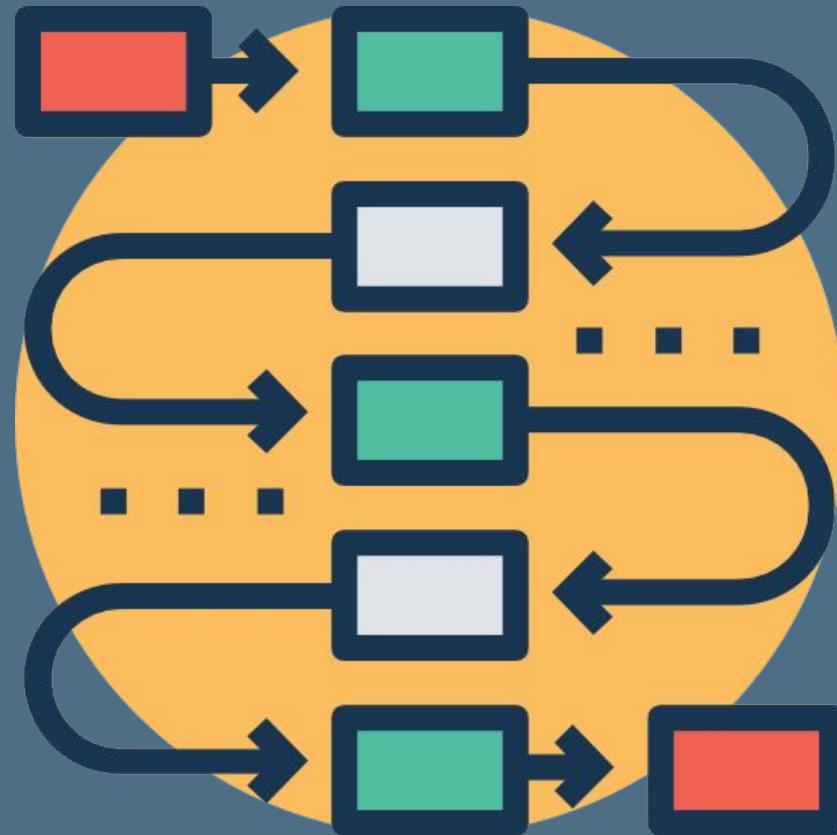


¿Quién necesita Growth Hackers?



Pero no sólo ellos...







“

El Growth Marketing es un enfoque que combina una mentalidad de crecimiento con herramientas de marketing tradicional.

”





Growth



Marketing

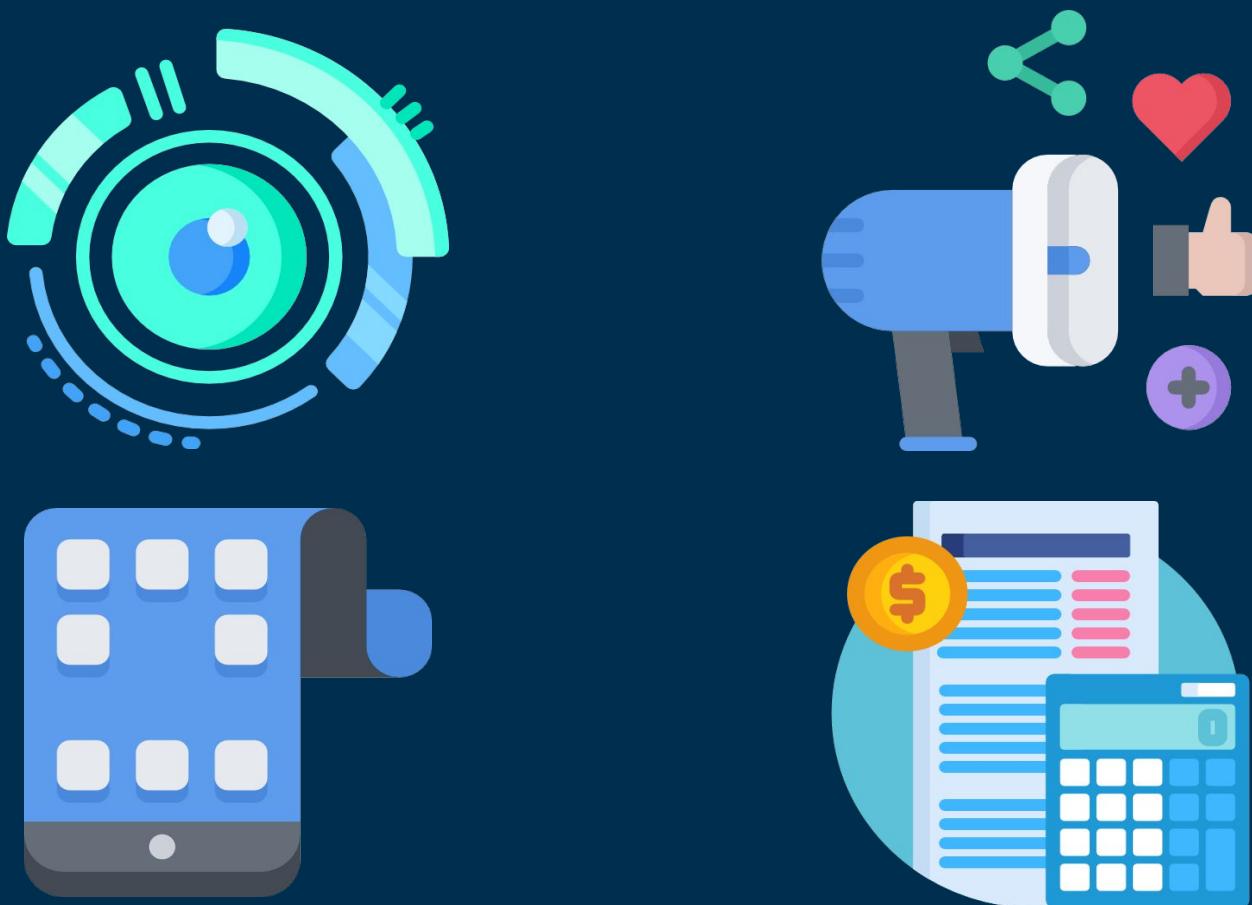
GROWTH HACKING



¿El Growth Hacking no es lo mismo?



Casi, pero no.



¿Y cómo se diferencia del marketing tradicional?



¿Qué lo hace distinto?

Un enfoque más allá de ventas y awareness, buscando transformar al producto en un motor de adquisición de usuarios.

Uso de técnicas no convencionales y medición casi obsesiva de resultados en cada paso.



¿Cómo surge el Growth Hacking?



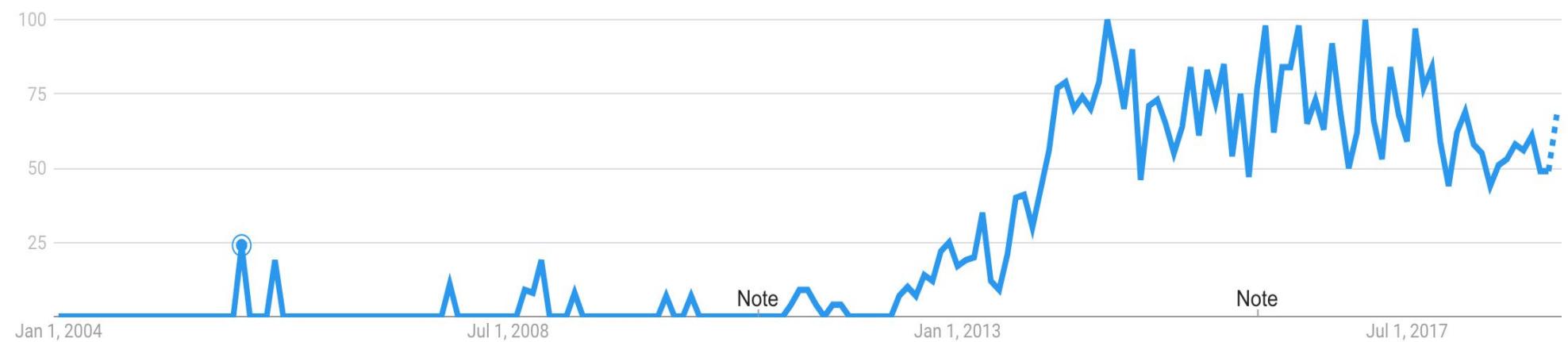


NOT TO BRAG, BUT THEY'RE KIND
OF OBSESSED WITH ME.

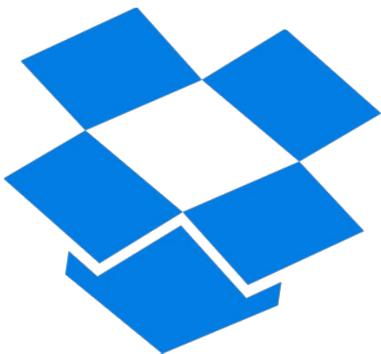
#APBio

NBC

Interest over time



2010



Sean Ellis



A blog about unlocking
startup growth.

BY SEAN ELLIS



About
Consulting Projects
The Startup Pyramid
Using Survey.io

Search



Submit your email below to
get the latest updates from
Startup Marketing!

Enter Your E-Mail



Subscribe to RSS

design by
DIGITAL-TELEPATHY
User Experience Design

Archives

JULY 26, 2010

← Previous Next →

Find a Growth Hacker for Your Startup

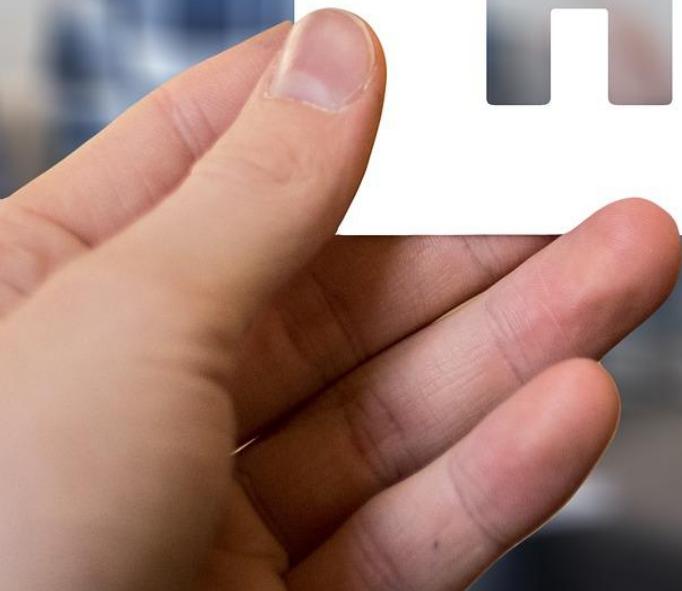
Once startups are ready to scale, their biggest challenge is often hiring someone capable of leading the growth charge. A marketer with the right talents and approach can kick some serious ass once product-market fit and an efficient conversion/monetization process have been proven.

But the problem is that most startups try to hire for skills and experience that are irrelevant, while failing to focus on the essential few skills. Typical job descriptions are often laden with generic but seemingly necessary requirements like an ability to establish a strategic marketing plan to achieve corporate objectives, build and manage the marketing team, manage outside vendors, etc.

Generally speaking, the job requirements/skills mentioned above are not paramount for startups in or **before the early growth phase**.

After product-market fit and an efficient conversion process, the next critical step is finding scalable, repeatable and sustainable ways to grow the business. If you can't do this, nothing else really matters. So rather than hiring a VP Marketing with all of the previously mentioned prerequisites, I recommend hiring or appointing a growth hacker.

**WE'RE
HIRING**













Mitos del Growth Marketing



Los Growth Marketers son Ingenieros o Programadores



El Growth Marketing es una Estrategia de Marketing



El Growth Marketing es sumamente caro



**Una sola persona logrará hacer
crecer a la empresa**



El Growth Marketing es un conjunto de secretos



El crecimiento no depende de un buen producto



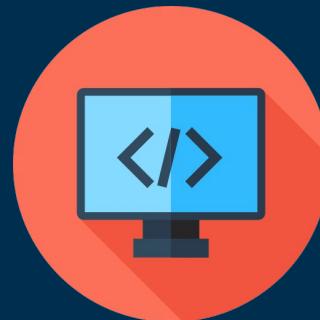
El Growth Marketing es una solución rápida



Habilidades de un Growth Marketer



Data Analytics



Programación Básica



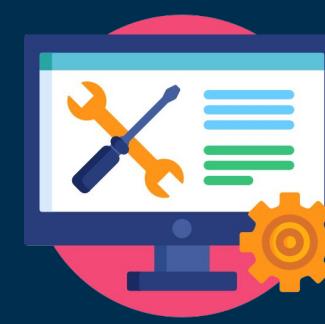
Copywriting



Diseño



Marketing



SEO

Objetivos Finalizados

- Concepto de Growth marketing.
- Un vistazo a sus orígenes.
- Comprensión de las habilidades necesarias.
- Eliminamos varios mitos que rodean a la disciplina.

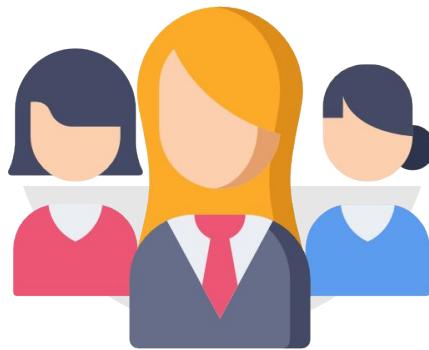
¿Qué es Product-Market Fit?



Objetivos

- Brindar las bases para la generación de Growth.
- Aprender a investigar el producto y su entorno.
- Detectar nuevas tendencias en el mercado.
- Desarrollar el recorrido del consumidor.

Elementos que conforman el éxito de una Startup



El Equipo



El Producto



El Mercado

**Si tu producto no tiene un mercado,
por mucho que apliques Growth
Marketing, este no crecerá.**

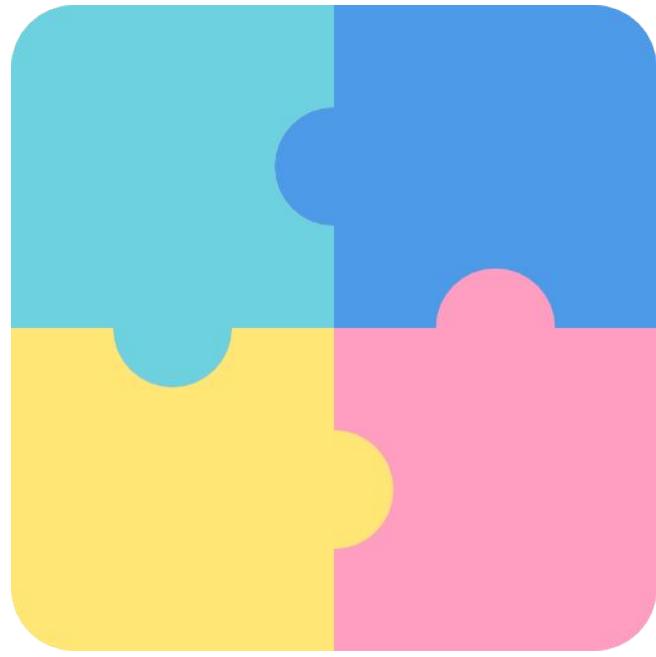


“

Product-Market Fit es estar en un
buen mercado con un producto que
pueda satisfacer a ese mercado.

”

Marc Andreesen



¿Cómo nos aseguramos de lograr el Product-Market Fit?



Defines el mercado meta.

Investigas dicho mercado meta.

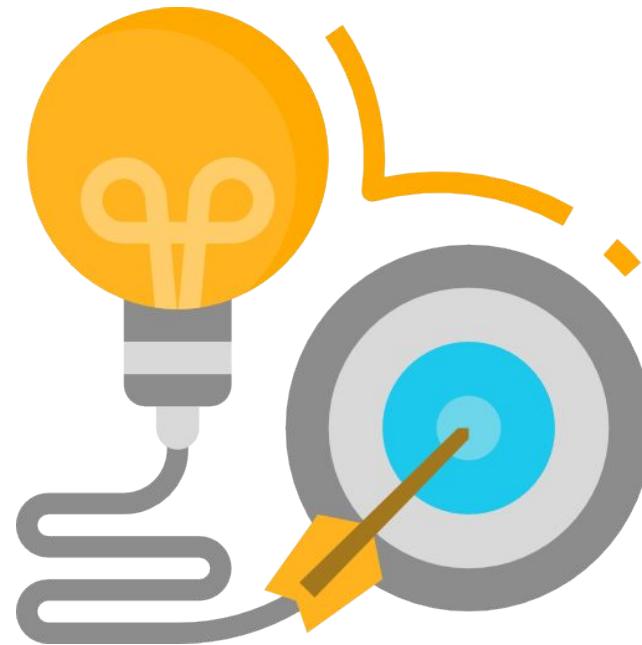
**Desarrollas y pruebas
tu prototipo.**

Algunas maneras de medir el Product-Market Fit:

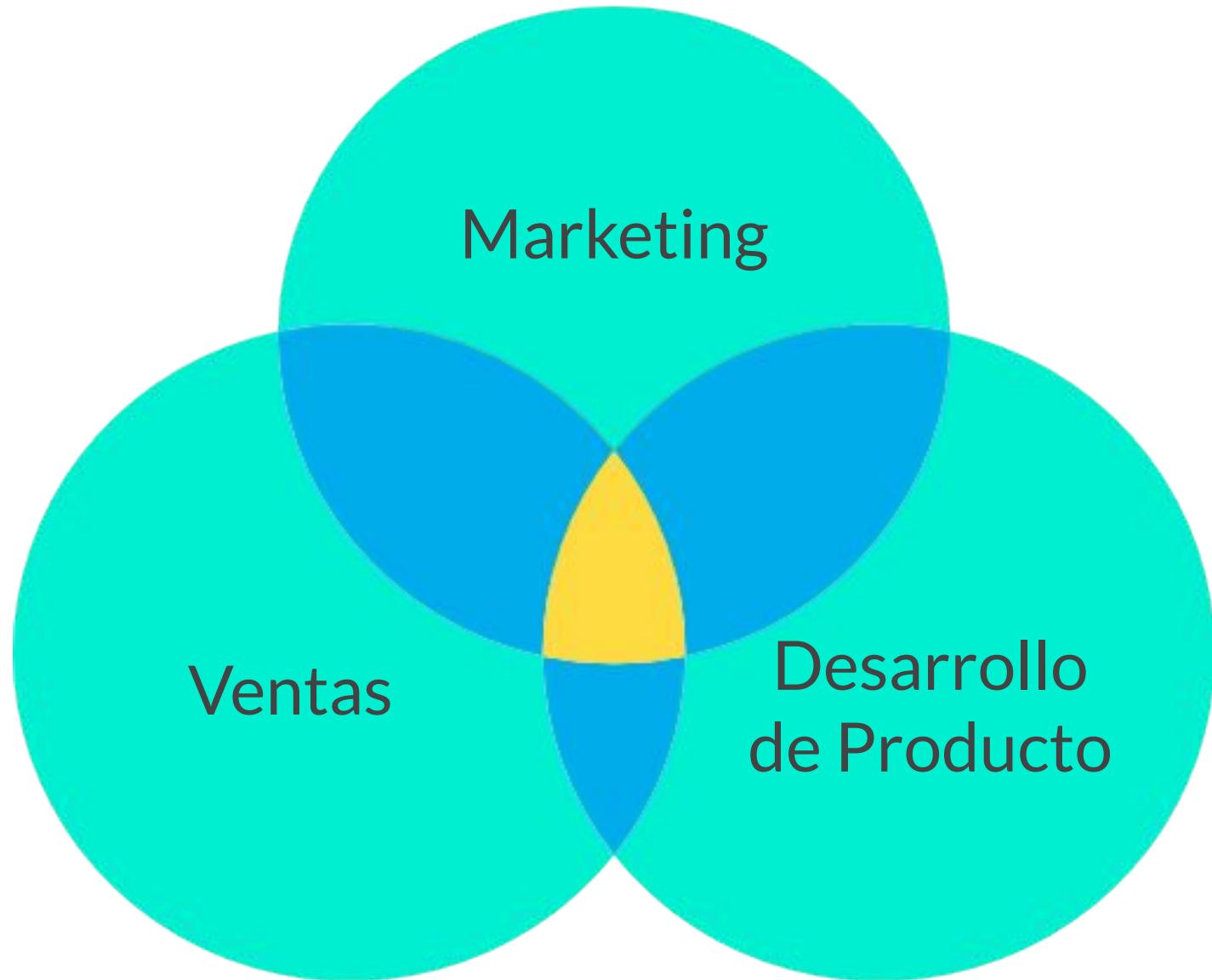


Para Mejorar el Product-Market Fit:





¿Qué es Product Marketing?



“

El Product Marketing busca llevar exitosamente un producto al mercado asegurándose de comprender a los clientes y de capacitar a los equipos internos.

”

¿De qué se encarga el Product Marketing?

- Posicionar el Producto con el Mercado Meta.
- Manejar la comunicación sobre el producto.
- Capacitar al Equipo de Ventas para vender el producto adecuadamente.
- Entender las necesidades del consumidor.
- Involucrarse en el desarrollo mismo del producto para asegurar Product-Market Fit.
- Realizar Benchmarking periódico.



“Un Growth Hacker es aquella persona cuyo verdadero Norte es el crecimiento”.

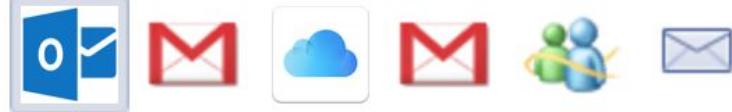


Add Personal Contacts

Choose how you communicate with friends.
[See how it works](#) or [manage imported contacts](#).

Your Email

Find Friends

A row of six small icons used for contact synchronization:

- Microsoft Outlook icon (blue square with white 'O' and checkmark)
- Gmail icon (red envelope with white 'M')
- Cloud icon (light blue cloud with white outline)
- Gmail icon (red envelope with white 'M')
- Windows Live Mail icon (green and blue people icon)
- Outlook.com icon (blue envelope with white outline)



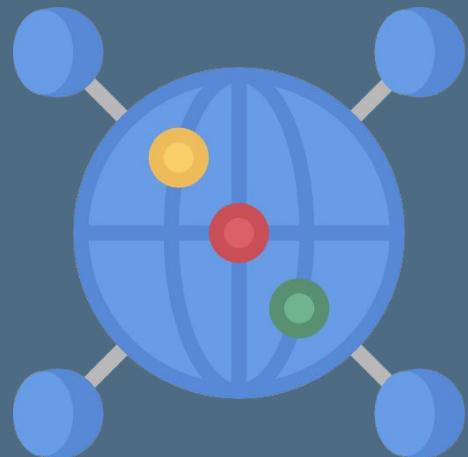
**“El Mejor Producto es el que
se vende por sí solo.”**

Distribución y Entorno del Producto





Analizar el Ecosistema Web



- Implicará realizar una búsqueda y un diagnóstico de dónde puede congregarse tu mercado meta.
- Realizar un mapa del recorrido del consumidor.
- Analiza de dónde viene tu tráfico actual.

Detectar los sitios web, aplicaciones y medios de comunicación que tu marca puede aprovechar para crecer.

Conocer los movimientos y canales de distribución de la Competencia.

Encontrar maneras de tornar al producto en un canal de distribución.



Herramientas



Google Analytics

bitly



Benchmarking

- ¿En qué sitios web, redes sociales y medios está presente tu competencia?
- ¿En cuáles no está presente que tú podrías aprovechar?
- ¿Han hecho integraciones o API's nuevas?
- ¿En qué plataformas se encuentran disponibles?



Herramientas



Phlanx



Mediciones

Podemos compararnos en:

- Desempeño de Contenido
- Tipo de Contenido
- Presencia en Redes Sociales
- Proceso de Compra
- Atención al Cliente
- Mercado Meta
- Landing Page
- Uso de Correos

El Producto como Canal de Distribución

- ¿Qué API's puedes integrar en tu producto?
- ¿Puedes desarrollar algún feature que lo haga fácil de compartir?
- ¿Hay algún sitio web, aplicación o herramienta que puedas aprovechar?





Agregar un componente social al producto ayudará a incrementar su base de usuarios.



craigslist

craigslist sv

[create a posting](#)
[my account](#)

search craigslist

event calendar

M	T	W	T	F	S	S
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17

[help, faq, abuse, legal](#)
[avoid scams & fraud](#)
[personal safety tips](#)
[terms of use](#) new
[privacy policy](#)
[system status](#)

[about craigslist](#)
[craigslist open source](#)
[craigslist blog](#)
[best-of-craigslist](#)

el salvador

english

latinamerica

acapulco
baja sur
belo horizonte
brasilia
buenos aires
caribbean
chihuahua
chile
ciudad juarez
colombia
costa rica
guadalajara
guanajuato
hermosillo
mazatlan
mexico city
monterrey
oaxaca
panama
peru
puebla
puerto rico
puerto vallarta
rio de janeiro
salvador
sao paulo
tijuana
venezuela
veracruz
yucatan

community

activities	lost+found
artists	missed
childcare	connections
classes	musicians
events	pets
general	politics
groups	rants & raves
local news	rideshare
	volunteers

housing

apts / housing
housing swap
housing wanted
office / commercial
parking / storage
real estate for sale
rooms / shared
rooms wanted
sublets / temporary
vacation rentals

jobs

accounting+finance
admin / office
arch / engineering
art / media / design
biotech / science
business / mgmt
customer service
education
etc / misc
food / bev / hosp
general labor
government
human resources
legal / paralegal
manufacturing
marketing / pr / ad
medical / health
nonprofit sector
real estate
retail / wholesale
sales / biz dev
salon / spa / fitness
security
skilled trade / craft
software / qa / dba

services

automotive	labor/move
beauty	legal
cell/mobile	lessons
computer	marine
creative	pet
cycle	real estate
event	skilled trade
farm+garden	sm biz ads
financial	travel/vac
household	write/ed/tran

for sale

antiques	farm+garden
appliances	free
arts+crafts	furniture
atv/utv/sno	garage sale
auto parts	general
aviation	heavy equip
baby+kid	household
barter	jewelry
beauty+hlth	materials
bike parts	motorcycle parts
bikes	motorcycles
boat parts	music instr
boats	photo+video

discussion forums

android	frugal	pets
apple	gaming	philos

Post to Craigslist

Reach thousands of people, instantly by re-posting your Airbnb listing (photos, reviews, description) to Craigslist. Travelers will be redirected back to Airbnb to contact & book with you. [For help, click here.](#)

1. Select Listing

Queen Airbed in Central, Modern Apt

2. Customize title for Craigslist

Stay at 'Queen Airbed in Central, Modern Apt' by the

3. E-mail (will be hidden)

lukeemily@googlegroups.com

4. Craigslist Category

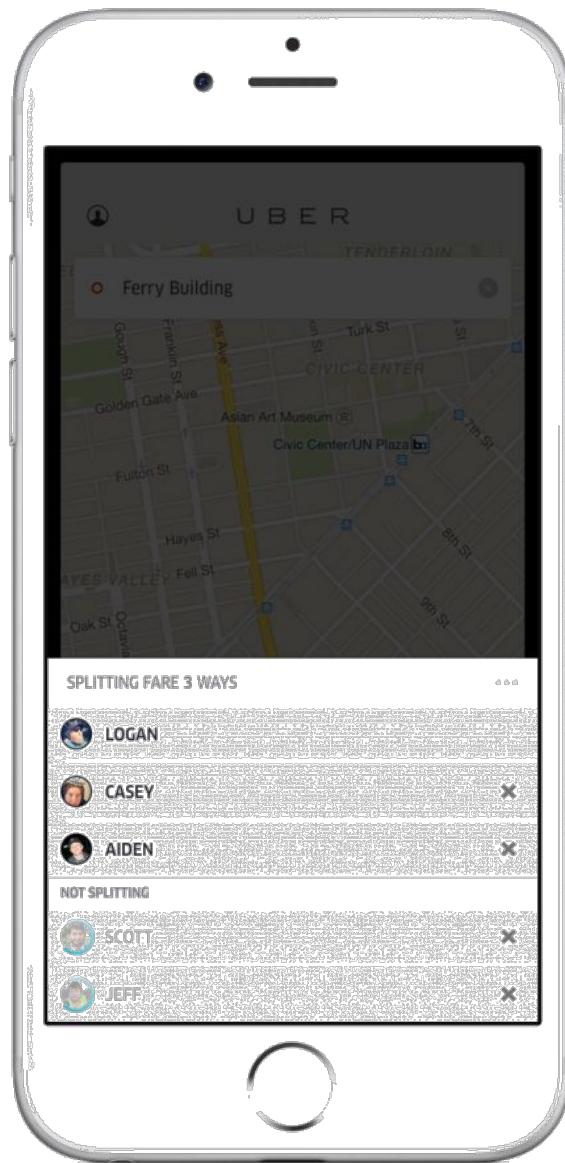
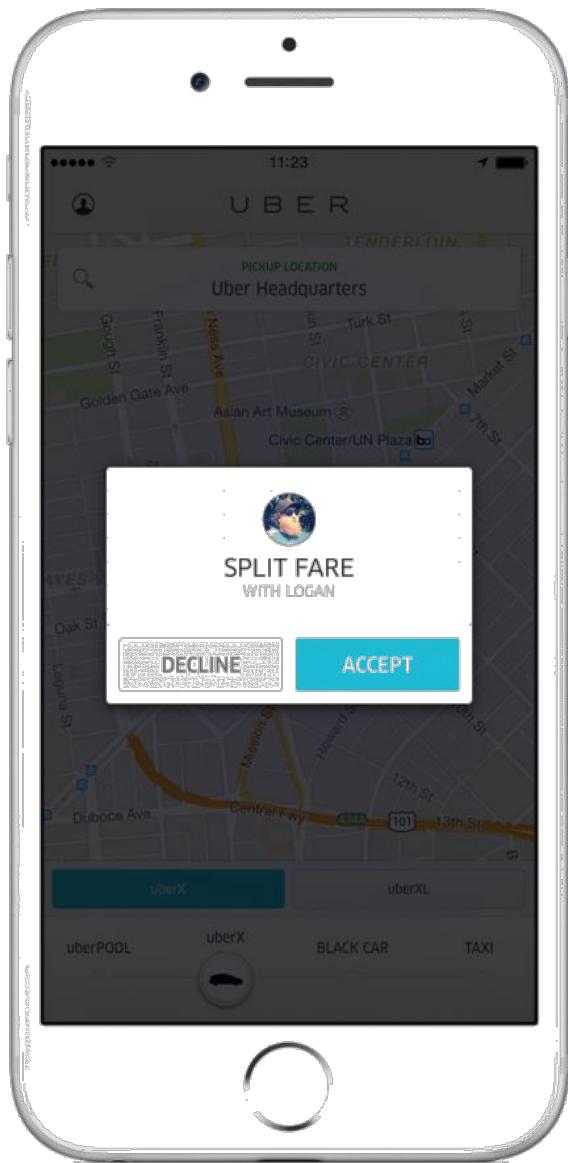
Vacation Rentals

5. Craigslist Market

SF bay area - sfc

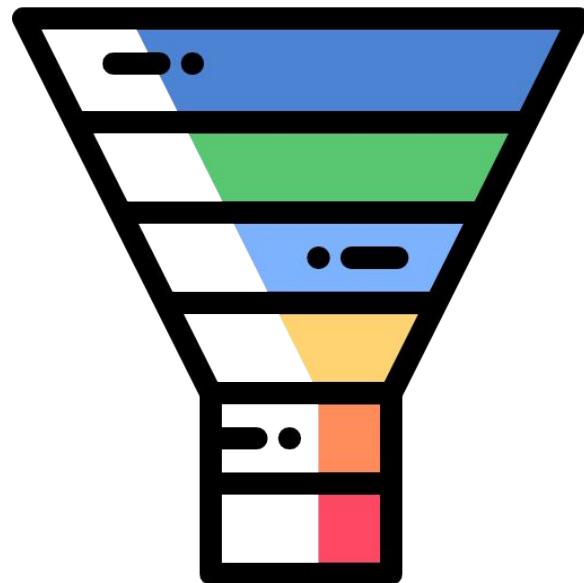
Remind me when it is time to re-post

Post to Craigslist





El Embudo de Growth Hacking



“

Es un modelo de marketing que muestra el proceso de ventas por el que pasa un consumidor desde la conciencia hasta la retención.

”

El Embudo de Ventas de Marketing Tradicional



El Embudo de Growth Hacking

Adquisición

Activación

Retención

Referencia

Ganancia

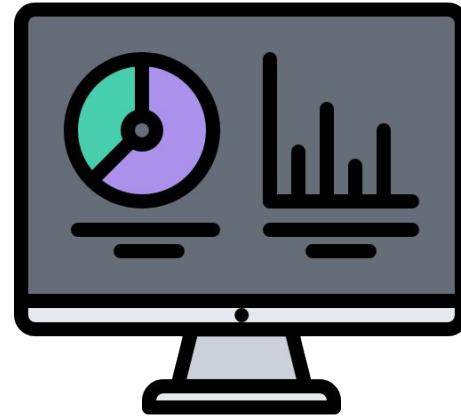
Adquisición



Es el proceso de atraer posibles consumidores a tu marca y de lograr que se familiaricen contigo.

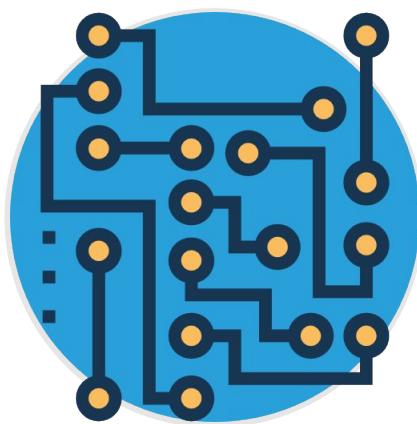
¿Qué vamos a medir?

- Tráfico o Visitas
- Impresiones
- Likes / Followers
- Audiencia Alcanzada
- Interacciones
- Costo de Adquisición



El resultado de tus esfuerzos de Marketing,
SEO & Relaciones Públicas.

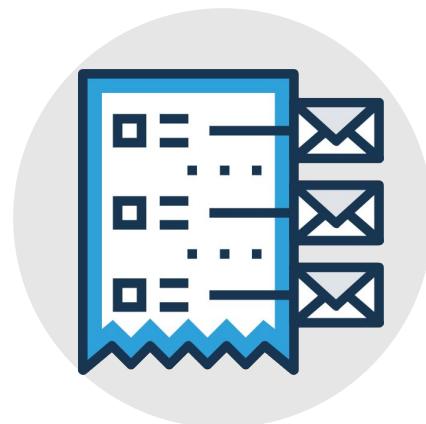
¿Cómo lo logramos?



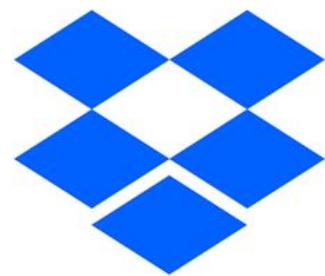
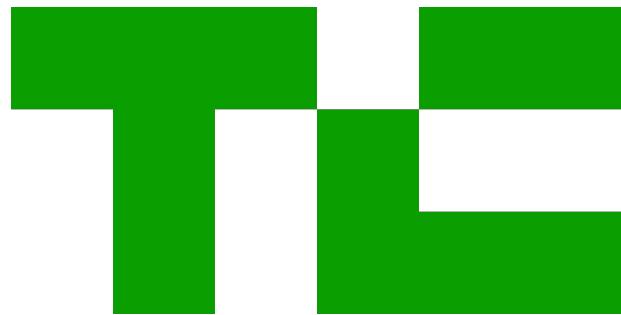
Canales
Correctos



Marketing &
Contenido



Base de
Usuarios



Dropbox

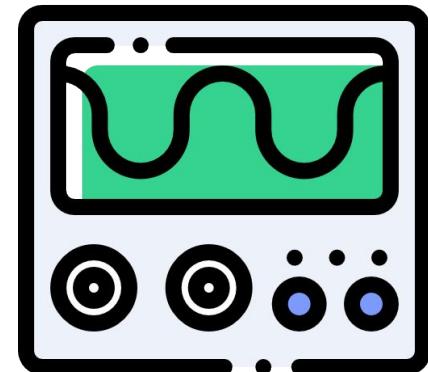
Activación



Sucede cuando un usuario que adquieres se convierte en un prospecto para tu negocio.

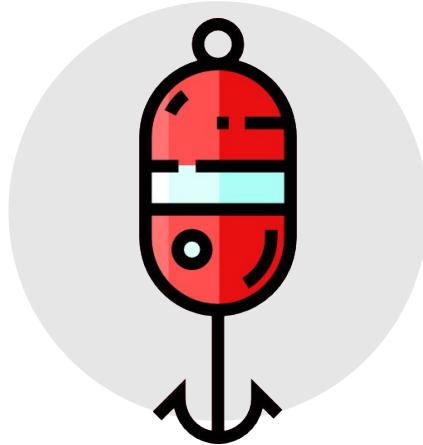
¿Qué vamos a medir?

- Solicitudes de Información
- Creación de Perfil o Cuenta
- Sign-ups
- Uso de una función
- Descarga de Aplicación



¿Cuántos de tus visitantes se convirtieron en prospecto?

¿Cómo lo logramos?



Beneficio
a Cambio



CRM Software



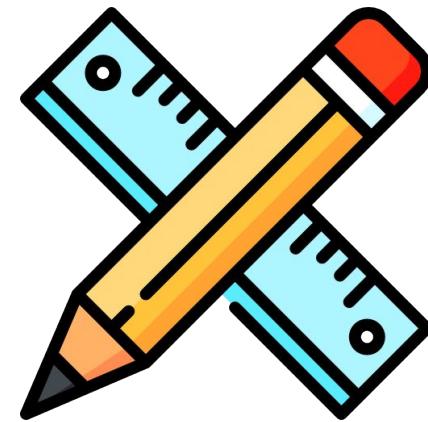
Base de
Usuarios

Retención

Una vez que obtienes un usuario,
deseas que regrese
y que sea constante en su
interacción contigo.

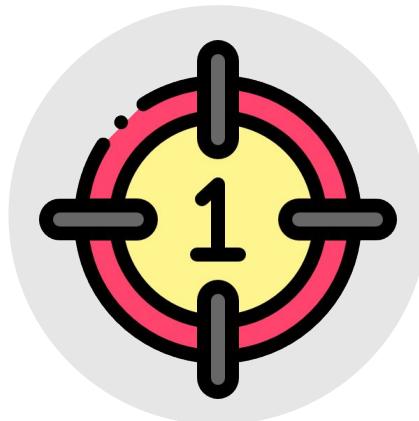
¿Qué vamos a medir?

- Usuarios Activos
- Consumidores Frecuentes
- Customer Retention Rate
- Customer Churn Rate
- Bienes Regresados



¿Cuántos de nuestros usuarios interactúan con nosotros de manera regular?

¿Cómo lo logramos?



Beneficio a
Cambio



Updates &
Variedad



Recompensas

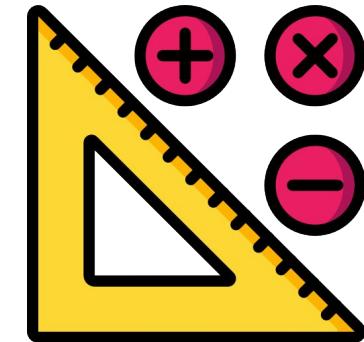
Referencia

Cuando tus clientes comienzan a referir tu producto a su círculo de conocidos, ocurre la magia.



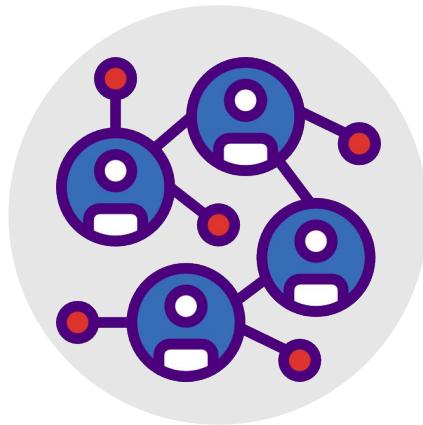
¿Qué vamos a medir?

- Net Promoter Score
- Shares & Mentions
- ¿Cómo te enteraste de nosotros?
- Participación en Programas
- Conversion Rate de Referidos



¿Cuántos de nuestros usuarios refieren nuestros productos?

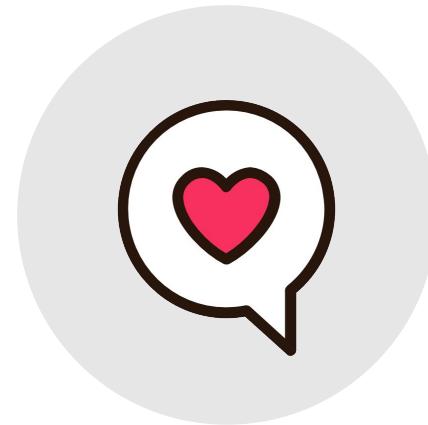
¿Cómo lo logramos?



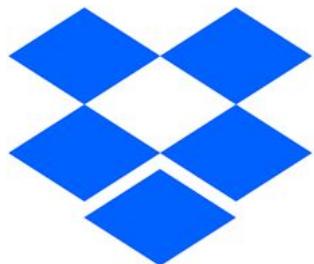
Programas de
Referidos



Social Media



Excelente
Producto



Dropbox

Get up to 16 GB free space by inviting your friends to Dropbox!

For every friend who joins and installs Dropbox on their computer, we'll give you both 500 MB of bonus space (up to a limit of 16 GB).
If you need even more space, [upgrade your account](#).



Invite your Gmail contacts

We won't store your password and your contacts are secure.

OR

Add names or emails

Send

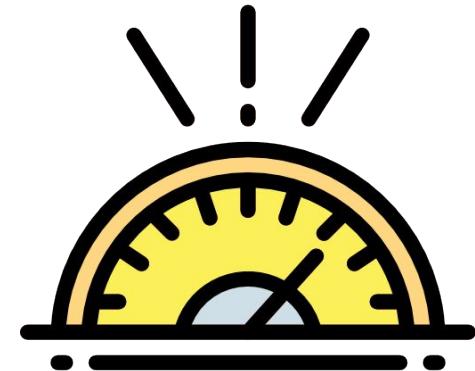
Ganancia o Revenue

Al lograr vender tu producto o servicio a un consumidor, obtienes ingresos, el objetivo final de tu funnel.



¿Qué vamos a medir?

- Ventas promedio
- Customer Lifetime Value
- Nuevos Ingresos por Cliente
- Ciclo de Ventas Promedio
- Ventas por Nuevo Cliente

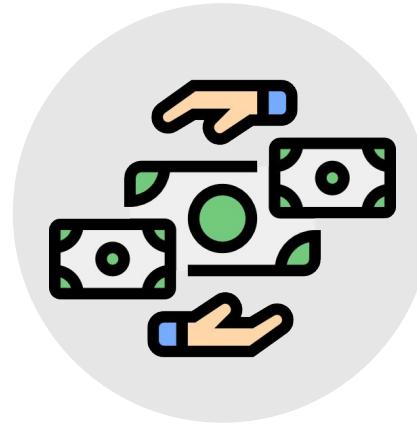


¿Cuántos ingresos son generados por cliente? ¿Estos ingresos superan los costos?

¿Cómo lo logramos?

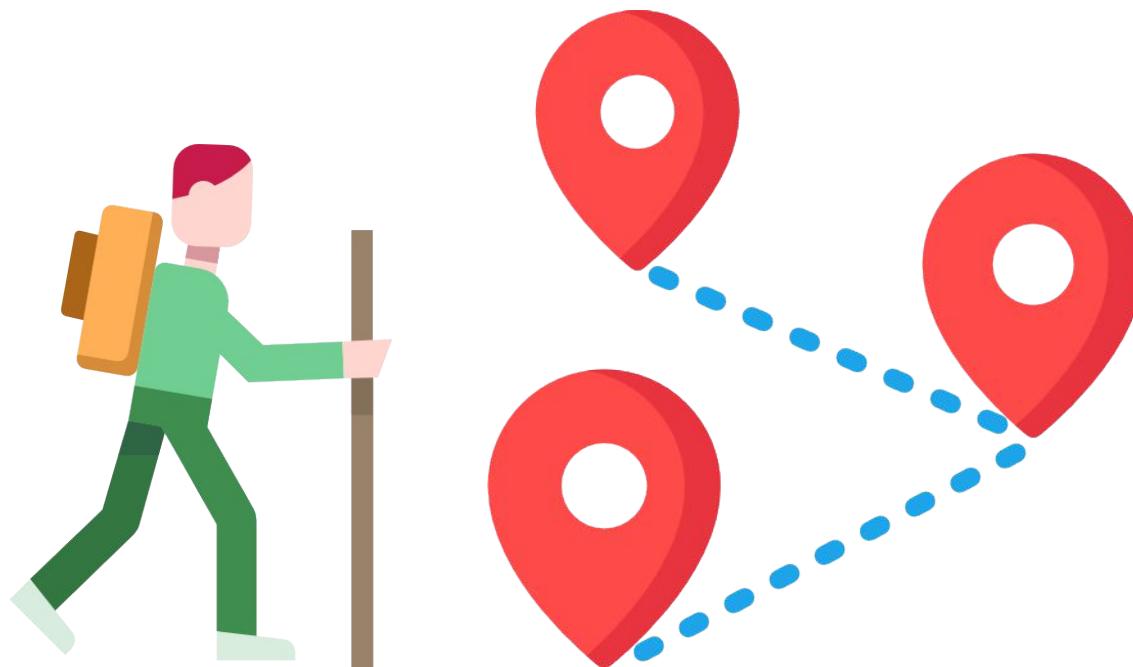


CRM
Software



Registros
Financieros

¿Cómo llegamos a los Productos que Amamos?







El Customer Journey

Consiste en el proceso que sigue un cliente actual o potencial para llegar a concretar un objetivo específico con nuestra compañía.





¿Qué son los Puntos de Contacto?

Un punto de contacto consiste en todos aquellos momentos y lugares en los que un consumidor puede interactuar con tu producto o marca.

Este Recorrido puede tener:



Offline



Múltiples
Dispositivos



Online





¿Cómo diseñamos un mapa de este recorrido?

Definirás la experiencia que analizarás y los Buyer Personas.

Haz un listado de los puntos de Contacto.



Elabora una lista de las acciones de tu consumidor en cada etapa.

Motivaciones y Estados Emocionales.

Define obstáculos, problemas y momentos de fricción.



Prepara las acciones que debe ejecutar tu empresa.

Prueba tu recorrido del consumidor.

Ajusta y actualiza según sea necesario.



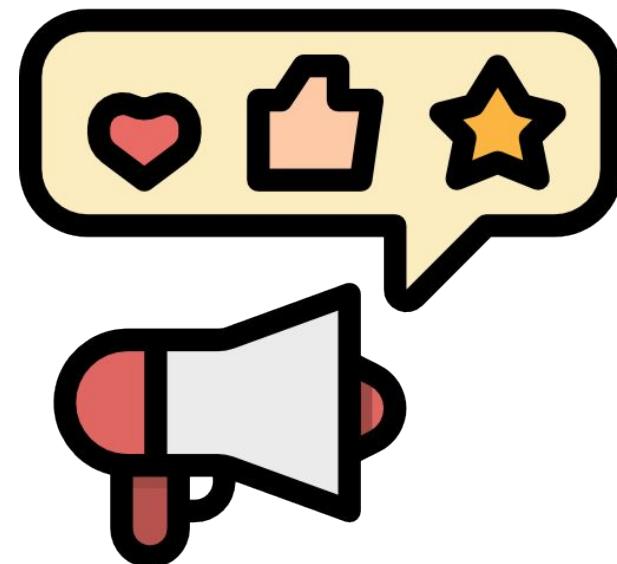
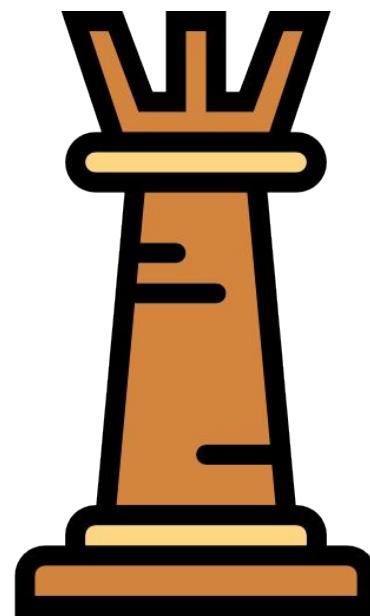
Hora de Practicar



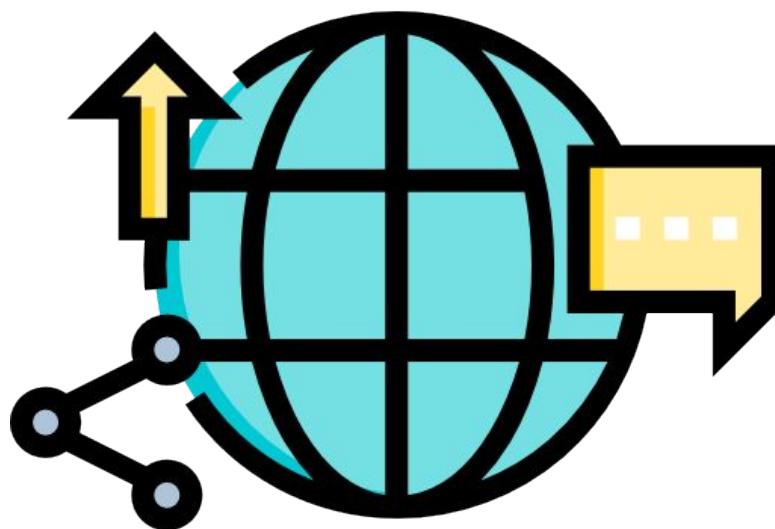
Herramientas para la Búsqueda de Tendencias



En Búsqueda de la Próxima Tendencia



Algunas Herramientas para Buscar Tendencias



Sitios Web de Noticias y Blogs de Tendencias

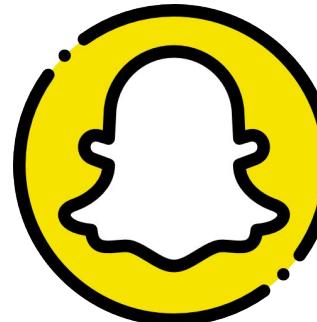
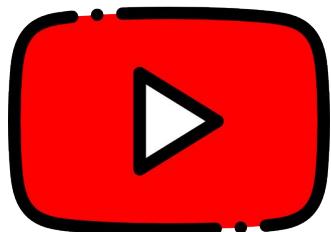
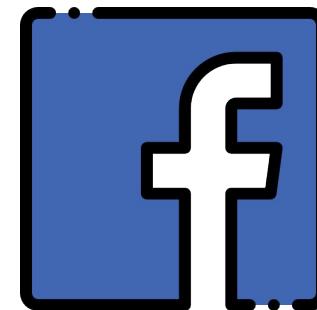
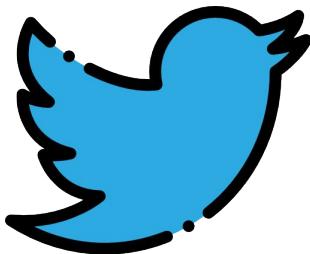
BuzzFeed

Mashable



Product Hunt

Blogs & Sitios Web dedicados a Contenido



Herramientas de Monitoreo Social y de Tendencias

Google Trends

socialmention*

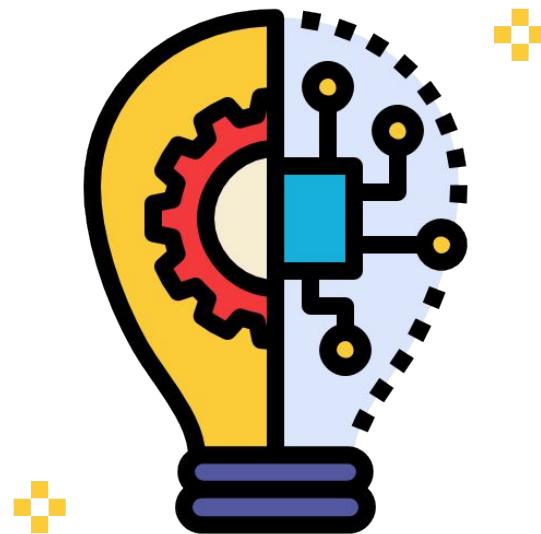
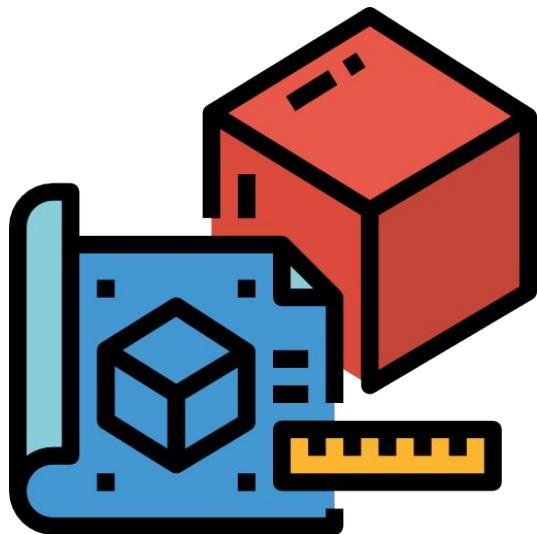
BuzzSumo



Conocer los temas que están en tendencia te dará una ventaja en:



**Desarrollarás Mejores
Productos o incluso
encontrarás maneras de
Innovar**



Objetivos Finalizados

- Analizamos el entorno y el producto.
- Aprendimos sobre el Embudo de Growth Hacking.
- Vimos cómo desarrollar un recorrido del consumidor.
- Utilizamos algunas herramientas de trends.

Optimizando Inbound Marketing con Tácticas de Growth



Objetivos

- Desarrollar estrategias orientadas al crecimiento en:
 - Social Media
 - Relaciones Públicas
 - Content Marketing
 - Email Marketing
- Definir una estrategia de Growth Marketing.

“

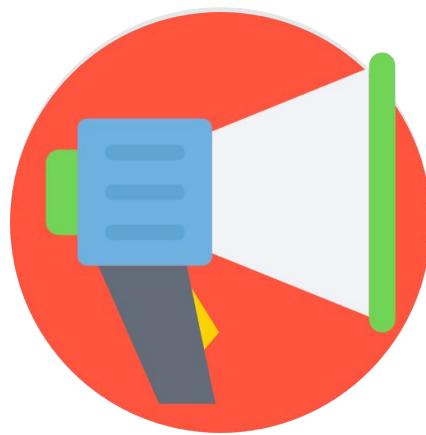


Inbound es un método de
atraer y deleitar a los
consumidores para hacer
crecer un negocio.

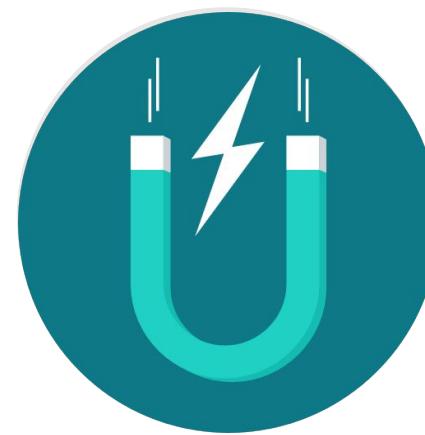


”

¿Cómo es diferente de Outbound Marketing?



Buscamos
directamente a los
consumidores



Los consumidores
nos buscan
a nosotros

¿Cómo podemos utilizarlo con Growth Hacking?

- Optimizando nuestro Inbound Marketing para crecimiento y ventas con las técnicas y la mentalidad de Growth.
- Desarrollando la base de contenido e identidad necesaria para hacer que el crecimiento sea sostenible.

Tipos de Contenido y sus Funciones



Algunos Tipos Comunes de Contenido

Eventos
Imágenes
Demos
Plantillas
Guías
Investigaciones
Casos de Estudio
Listas

Blogs
Podcasts
Infografías
Videos
eBooks
Pruebas
Cursos
Cheat Sheets
Webinars

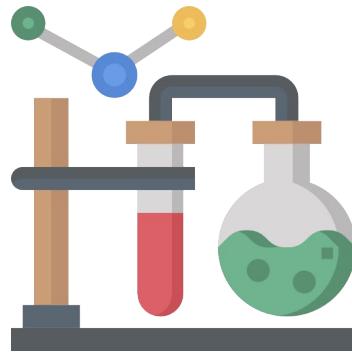
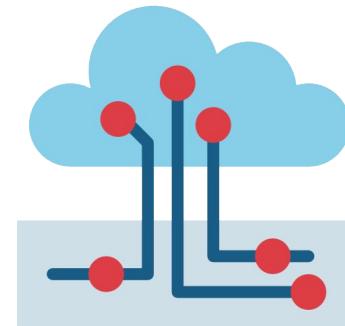


Funciones del Contenido

- Atraer Leads
- Mejorar Posición en Buscadores
- Generar Autoridad
- Obtener Tráfico
- Incrementar Ventas
- Crecer la Base de Suscriptores
- Generar Crecimiento Sostenible
- Ser Compartidos en Redes Sociales



Conectando Disciplinas





El Crecimiento sigue siendo el Objetivo

Implementando la Mentalidad Growth

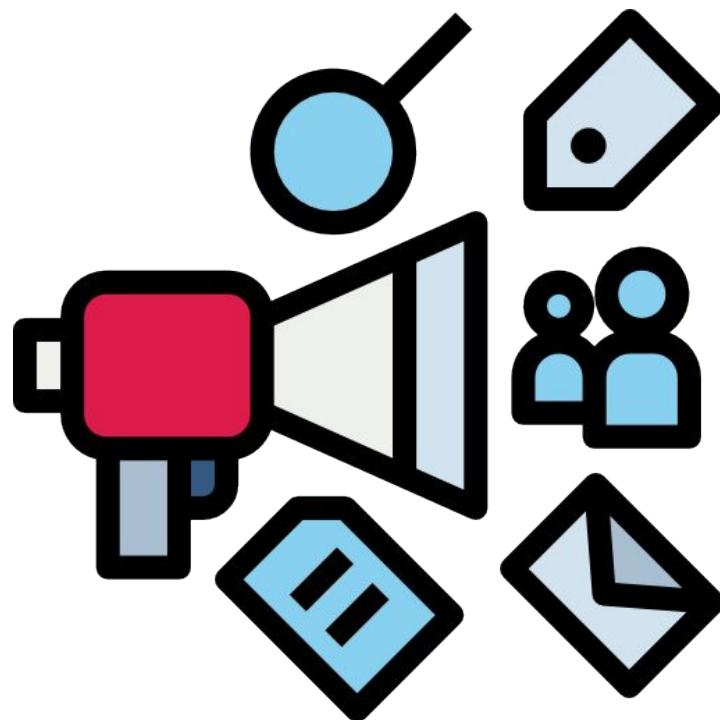
Objetivo	Estrategia Inbound	Táctica de Growth	Resultado Esperado
<i>Lograr crecer nuestra audiencia.</i>	Crear contenido de calidad consistentemente en un blog.	Facilitar a la audiencia el compartir el contenido con botones de shares.	Incremento en shares.
	Crear contenido gratuito pero exclusivo.	Solicitar un share en redes sociales para acceder al contenido.	Incremento de tráfico & shares.

BuzzFeed

Contenido con Growth Marketing:

- Tener al usuario en el centro de la creación de contenido.
- Crear contenido que merezca ser compartido.
- Uso de Redes Sociales como canales de distribución.
- Contenido que encante a la audiencia.
- Desarrollar subpáginas para nichos de mercado.

Estrategias de Email Marketing





hotmail™

The
World's
FREE
Web-Based
Email

© 1996-1997 Hotmail. All rights reserved.

REGISTERED USERS

Login Name

Password

Enter

Frames

No Frames

VISITORS

Who Should Sign Up?

Sign Up Here!

INFO

- ▶ [About Hotmail](#)
- ▶ [Email Safety](#)
- ▶ [Privacy Statement](#)

AWARDS



**The John C. Dvorak
Telecommunications
Excellence
Award**



**PC Computing
Top Pick
for Internet
Email**



hotmail

PS I love you. Get your free email at Hotmail



A close-up portrait of a man with dark hair and a mustache, wearing a light-colored suit jacket, a white shirt, and a patterned tie. He is looking slightly to his left with a serious expression. The background is dark and out of focus.

H
HISTORY.COM

¿Por qué Email Marketing?



1. Sigue siendo un canal efectivo para B2B y B2C.
2. Es crucial para activar y retener clientes.
3. Es una mina de oportunidades de Growth Marketing.

¿Cómo obtener una lista de correos?



- Crear contenido premium y solicitar un correo a cambio.
- Publicar links a ofertas en redes sociales.
- Desarrollar un Blog y publicar en otros Blogs.
- Recolectar emails en eventos.
- Emails de Webinar o cursos.
- Partnerships con otras empresas.



Claves del Éxito

- Segmentar tu audiencia.
- Mantener una base de correos actualizada.
- Prueba diferentes Encabezados.
- Asegúrate de inyectarle branding a tus emails.
- Comparte contenido de calidad.
- Incluye CTA en tus correos.
- Automatiza la personalización.

Tácticas de Growth



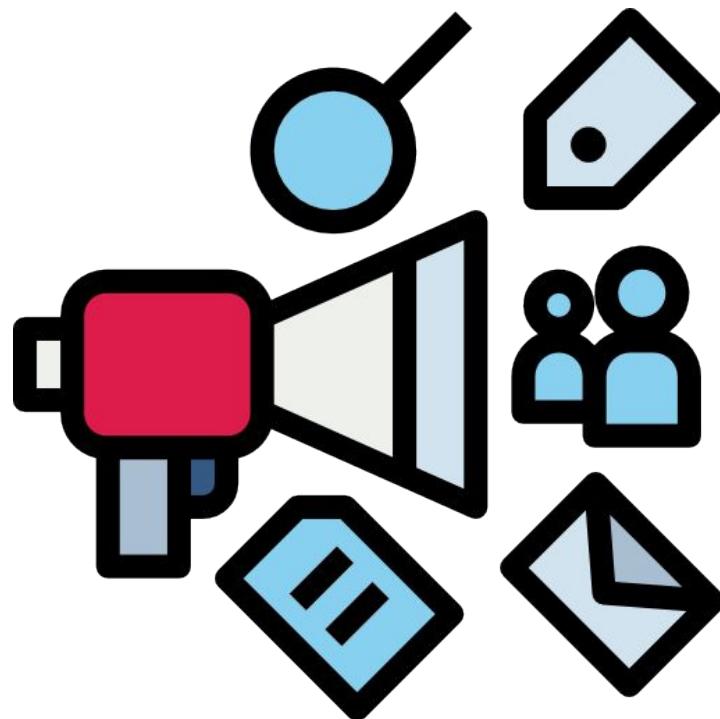
- Enviar correos para “activar” a consumidores que hayan visitado un ítem en particular.
- Incluir botones de suscripción en emails.
- Desarrollar campañas de referidos.
- Haz que tu contenido pueda ser compartido & reenviado.
- Prueba diferentes formatos y encabezados.

Tácticas de Growth



- Incluye pop-ups para recolectar correos de visitantes que abandonan tu sitio web.
- Desarrolla un programa de referidos sólido.
- Manda emails de bienvenida.

Analytics de Email Marketing



Analytics

¿Qué debemos medir?



- Open Rate
- Click Through Rate
- Bounce Rate
- Unsubscribe Rate
- Conversion Rate
- Crecimiento de Mailing List
- ROI de cada campaña
- Shares de correos
- ¡Comparete con la Industria!

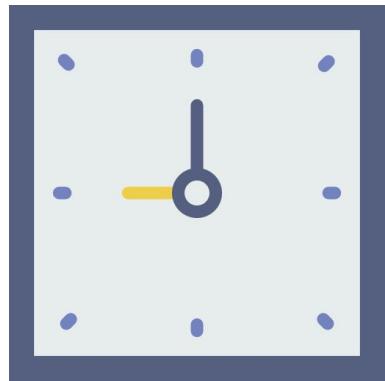
Analytics



¿Con qué debemos experimentar?

- Subject Lines
- Horarios de Envío
- Diseño y Layout
- Incentivos de Engagement
- Contenido
- Criterios de Segmentación



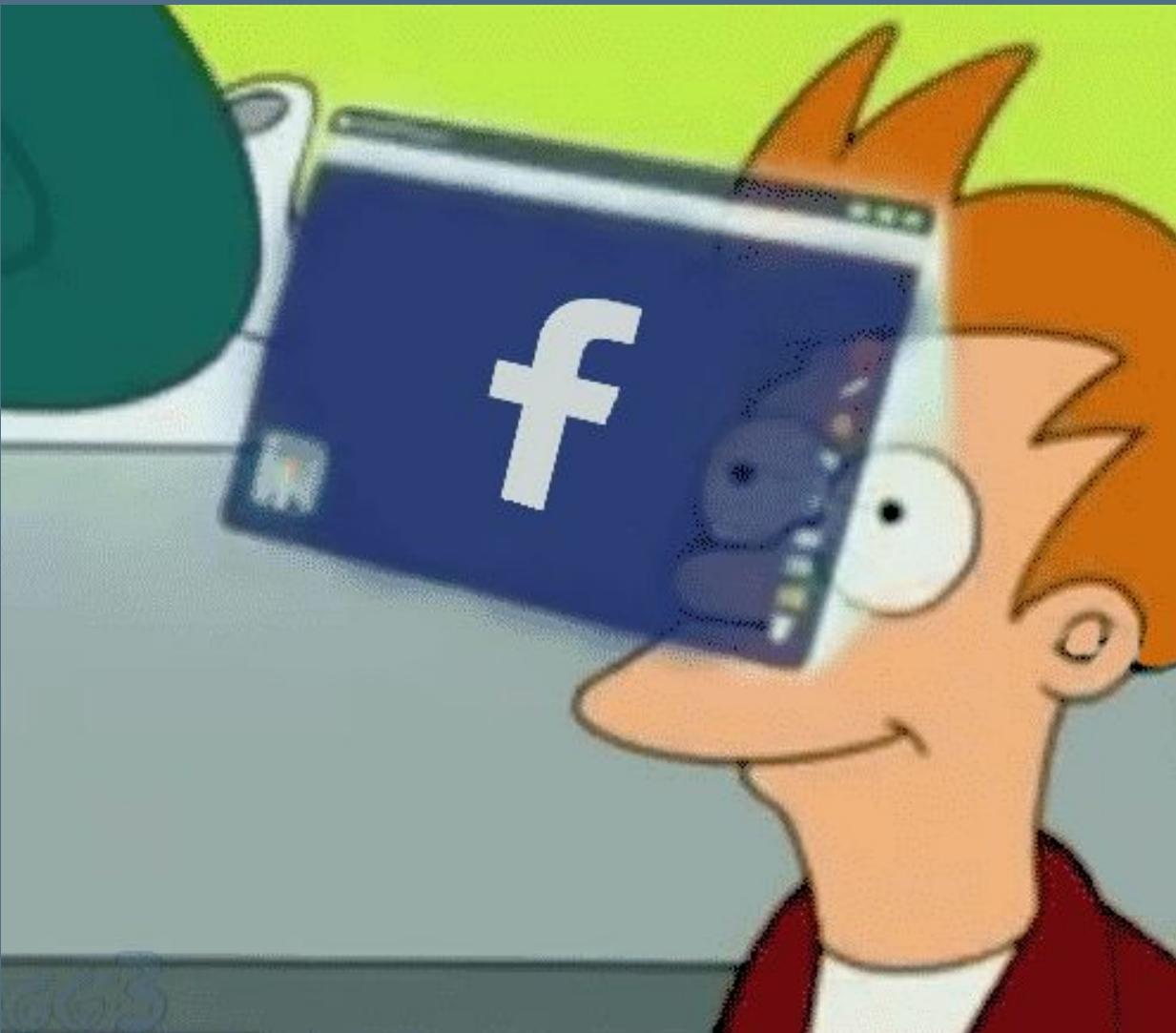


MailChimp

Estrategias de Social Media



¿Por qué incluir Redes Sociales en Growth Marketing?



5 años y 4 Meses

Adivina cuánto tiempo pasas
en Redes Sociales...





Elementos que debe llevar tu Plan

- Segmento de Mercado
- Objetivos
- KPI's
- Tipos de Contenido
- Temas de Contenido
- Canales de Distribución
- Hashtags & Palabras Clave
- Mecánicas y Activaciones



Growth Marketing Hacks en las Redes Sociales

Crea una audiencia en redes sociales incluso antes de lanzar tu producto.

- Encontrarás contenido, ideas y mejores horarios de posteo.
- Tendrás una fuente de feedback.
- Lograrás mejorar el producto.



A



B



Growth Marketing Hacks en las Redes Sociales

- Utiliza diferentes formatos de contenido.
- Video y Livestream traen mucho engagement.
- Recicla y actualiza contenido que hayas publicado anteriormente.
- Publica cada pieza de contenido en diversas plataformas.

Growth Marketing Hacks en las Redes Sociales

- Experimenta constantemente con temas, CTA's, horarios & segmentos.
- Incluye enlaces a tu sitio web o a un formulario de leads.
- Trabaja con Influencers y Líderes de Pensamiento.
- Agrega botones de compartir en cada pieza de contenido externa.



Herramientas & Retargeting de Social Media



Herramientas

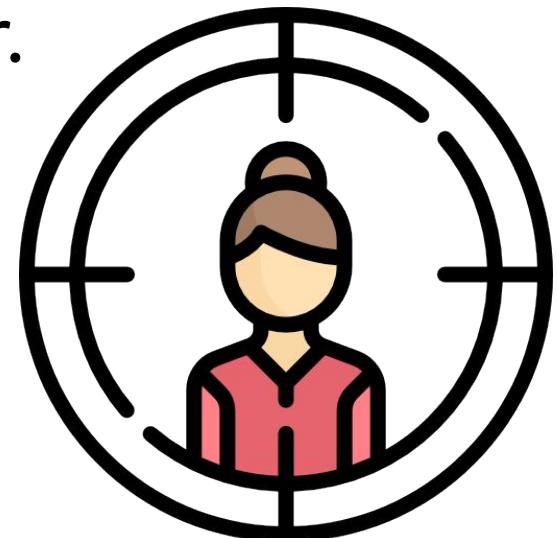
- Chatbots
- Software para manejo de redes sociales
(Buffer, Hubspot, CoSchedule)
- Viral Loops y herramientas para manejo de referidos
- Herramientas de Análisis
- Herramientas de Trend Scouting



Retargeting

Compartimos anuncios y contenido con aquellos usuarios que nos han visitado o realizado una acción en particular.

1. Lista de usuarios que nos han visitado (Pixel o propia)
2. Intégralo a tu audiencia
3. Lanza tu campaña



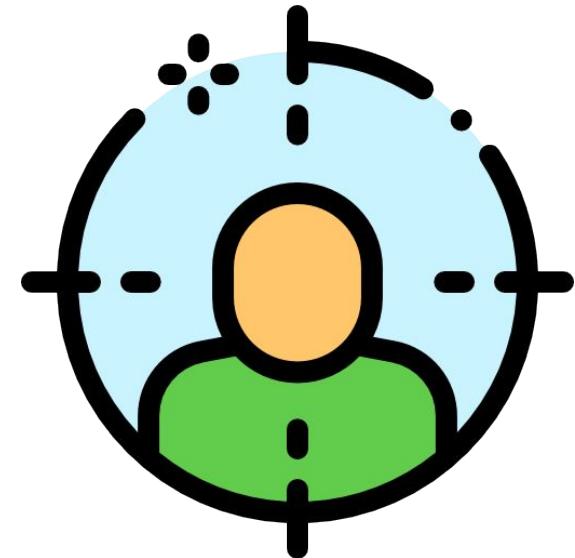
Retargeting

- Comportamientos de tu audiencia en tus sitios
- Clicks en mensajes específicos
- ¿En qué rubro te encuentras?
- ¿Cuál será el mejor momento para retarget?
- ¿Debes excluirlos?
- ¡Segmenta!



Estrategias Comunes

- Ofrece productos en los que se mostró interés
- Cross-selling
- Incrementa el brand awareness
- Promueve ofertas vigentes
- Up-selling

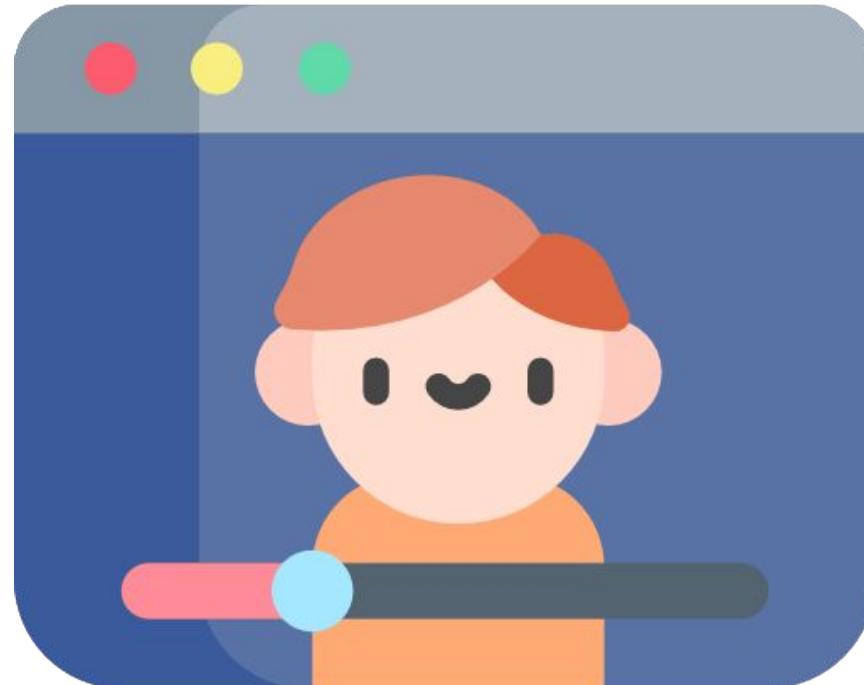


Práctica, Práctica y Práctica





Relaciones Públicas y Partnerships



Incorporando Relaciones Públicas, Influencers & Partners

- Permite llegar más allá de la audiencia propia de la marca.
- Posiciona a la marca como una “Líder de Pensamiento”.
- No necesariamente requiere un presupuesto exorbitante.
- Abre posibilidades técnicas y de Marketing.
- Se logra mayor crecimiento.



Partnerships

Beneficios Estratégicos de un Socio



- Expandir las posibilidades tecnológicas.
- Alcanzar una nueva audiencia.
- Brindar un mayor valor agregado.
- Obtener más exposición en medios.
- Lograr mayor crecimiento.
- Encontrar innovación.



¿Cómo lo logramos?

- Creando un producto de alta calidad.
- Desarrollando funciones que puedan ser adoptadas por otras empresas.
- Networking y conexiones de alto valor.
- Incrementando la exposición de tu producto.

ebay



P PayPal

Shipping: **FREE** Standard Shipping from outside US | [See details](#)

See details about international shipping here. [?](#)

Item location: Kobe-city, Japan

Ships to: Worldwide [See exclusions](#)

Delivery:  Estimated between **Mon. Feb. 25 and Mon. Mar. 4** [?](#)

This item has an extended handling time and a delivery estimate **greater than 9 business days**.

Payments:



PayPal CREDIT

No Interest if paid in full in 6 months on \$99+. [Apply Now](#) | [See terms](#)

Returns: 60 day returns. Buyer pays for return shipping | [See details](#)



YouTube



myspace



Relaciones Públicas

¿En qué nos ayudarán?

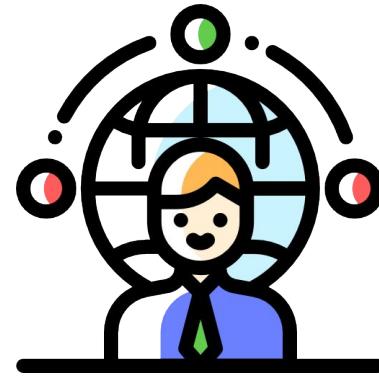


- Excelente oportunidad de conectar con tus consumidores en persona.
- Forma de generar autoridad y confianza en tu industria.
- Nos hace más encontrables en buscadores.
- Contar la historia de la marca y generar awareness.
- Incrementar ventas.



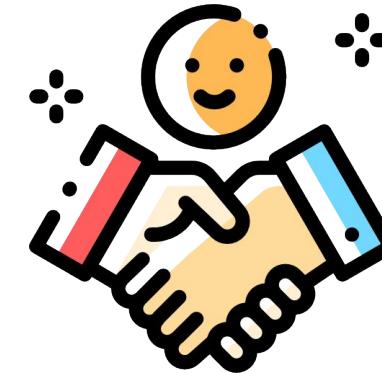
Earned Media

- Shares
- Mentions
- Reseñas
- PR



Owned Media

- Sitio Web
- Blog
- Redes Sociales



Paid Media

- Anuncios
- Contenido promocionado
- Influencers Pagados

¿Cómo lo logramos?



- Presentando nuestra historia a medios de comunicación.
- Contando la historia de nuestro producto de la forma adecuada.
- Involúcrate con comunidades y medios.
- Detectando los medios de comunicación y periodistas correctos para nuestro producto.
- Construyendo autoridad en un tema.



Influencers



¿En qué nos ayudarán?

- Agregan “prueba social” a nuestro producto.
- Posicionan con las audiencias o incluso nichos deseados.
- Incrementan autoridad.
- Generan ruido en medios de comunicación.
- Incrementan engagement.

¿Cómo lo logramos?



- Investiga a fondo a los influencers de tu industria.
- Utiliza códigos de promoción para medir el ROI.
- Genera contenido con tus usuarios, ellos son los mejores influencers.
- Desarrolla un acuerdo claro de colaboración.
- Ofrece servicios y guest posts.

 Search

Glossier.



We currently only ship to the U.S., Canada, the UK, the Republic of Ireland, Sweden, Denmark and France.



Real people share their real life routines.

We asked our community to share how they use Glossier.

Save On Sets

Skincare

Makeup

Body

Fragrance

Shop All

-

Looks IRL

About

ITG



International flight attendant's skincare routine

by: Skya Eiland

Glossier Partner



Easy evening eye look

by: Tennesha Vanterpool

Customer since 2017



My sun-kissed glow, minus the sun

by: Emily Code

Glossier Partner



A dermatologist in training's skincare routine

by: Elyse Love

Glossier Partner



My alarm didn't go off! (7-minute makeup)

by: Yaminah Mayo

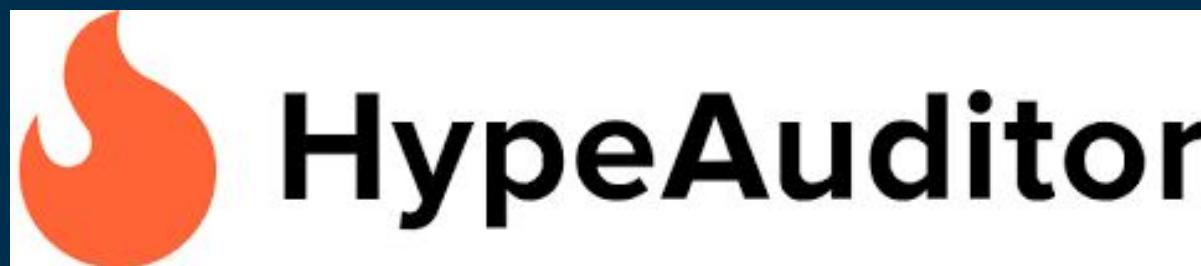
Glossier Partner



My moisturizing skincare routine

by: Tennesha Vanterpool

Customer since 2017



“

Di la verdad, pero haz que la
verdad sea **FASCINANTE.**

”



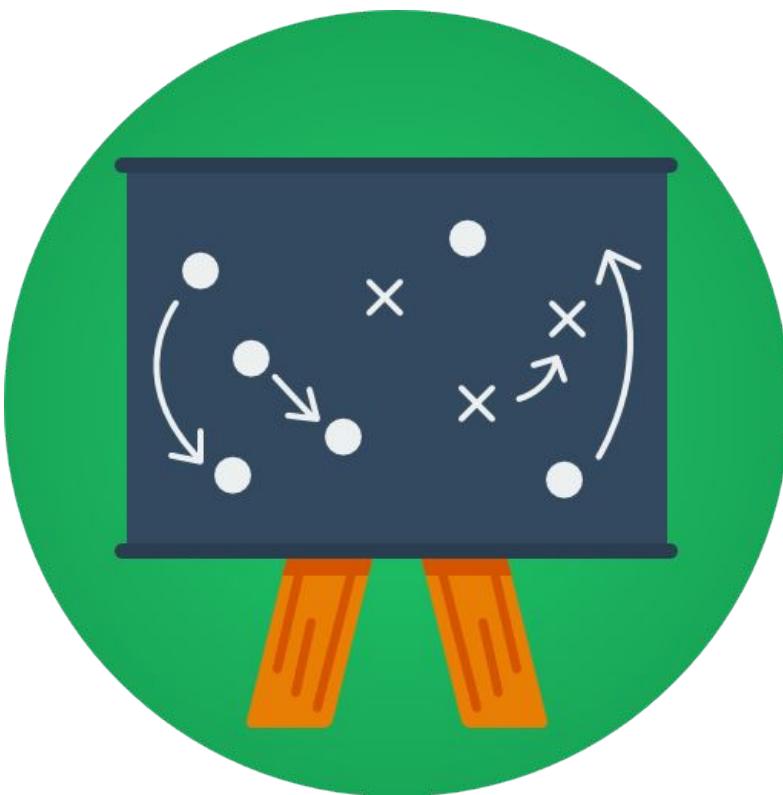
Dropbox

TechCrunch 50
Conference 2008



KICKSTARTER

Estrategia de Growth Marketing



Recordemos un Concepto

Adquisición

Activación

Retención

Referencia

Ganancia

Cómo desarrollaremos nuestra estrategia

1. Define tu mercado meta y sus necesidades.
2. Investiga tu producto y su entorno digital y competitivo.
3. Determina cuáles serán los KPI's que crecerás.
4. Define tu embudo para ese KPI.

Cómo desarrollaremos nuestra estrategia

5. Diseña tus estrategias de marketing para el embudo.
6. Establece metas.
7. Determina tus herramientas de medición por canal.
8. Implementa.
9. Experimenta e Itera.
10. Recolecta retroalimentación.



¡Sean Ellis de nuevo!

Debes encontrar el indicador que mejor represente el valor que brindas a tus consumidores.



Determinando nuestro Indicador Principal

Debes preguntarte:

- ¿Cómo es relevante esa meta para tu negocio?
- ¿Cómo entregas valor a tus consumidores?
- ¿Puede ser sostenible el crecimiento de la misma?
- ¿Cuál es su impacto en otras áreas de tu negocio?

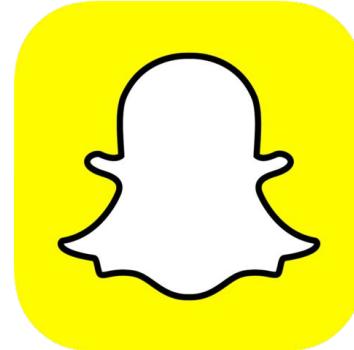


¿Cómo debe ser un indicador de Crecimiento?

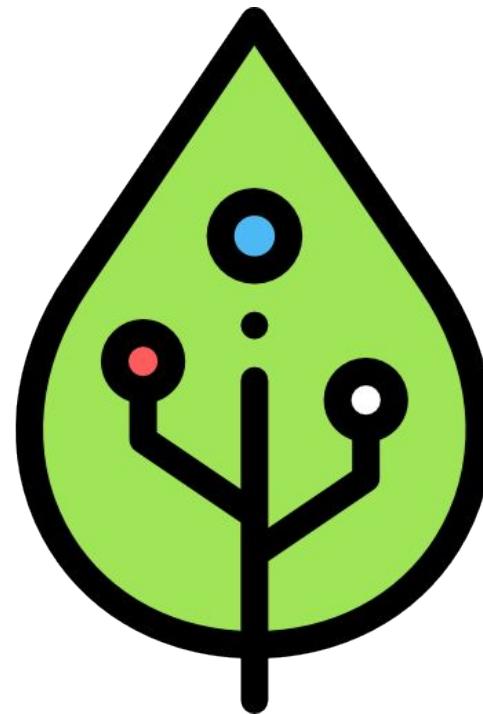
Según Sean Ellis:

- Relevante para tu negocio.
- Útil para determinar acciones a tomar.
- Medible en tiempo real.
- Simple y fácilmente comprendida por todos.

Usuarios Activos Diariamente



La Idea detrás de ello es:



¡Necesitas un Equipo!



Equipos Multidisciplinarios



Objetivos Finalizados

- Desarrollamos estrategias básicas de:
 - Social Media
 - Relaciones Públicas
 - Content Marketing
 - Email Marketing
- Definimos una estrategia de Growth Marketing.

Uso de SEO & SEM para Growth Marketing

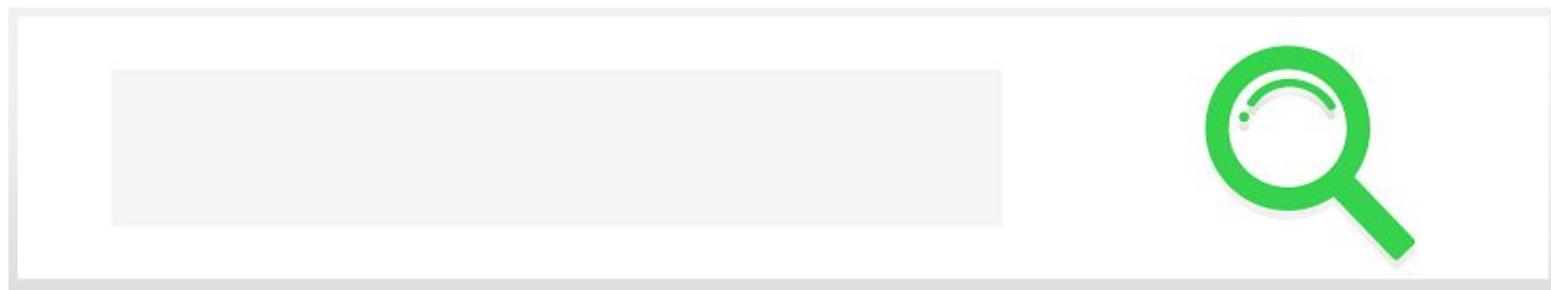


Objetivos

- Familiarizarse con los conceptos básicos de SEO & SEM
- Conocer Herramientas para SEO.
- Aprender a detectar palabras clave.
- Ver mejoras prácticas para diseño de Landing Pages.

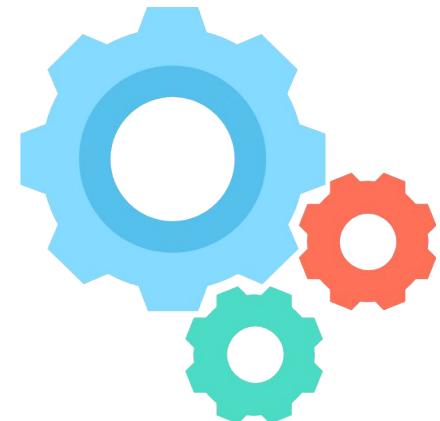






¿Por qué es Importante en el Concepto de Growth Marketing?

- Si no pueden encontrarnos, no importa el resto de nuestros esfuerzos.
- Con técnicas de SEO es posible aumentar nuestro tráfico.
- Considerando diversos factores esenciales de tu sitio web puedes incrementar tu visibilidad dramáticamente.



SEM: Search Engine Marketing

Es un tipo de marketing digital dedicado a incrementar la visibilidad de un sitio web en buscadores a través del uso de diversas tácticas.





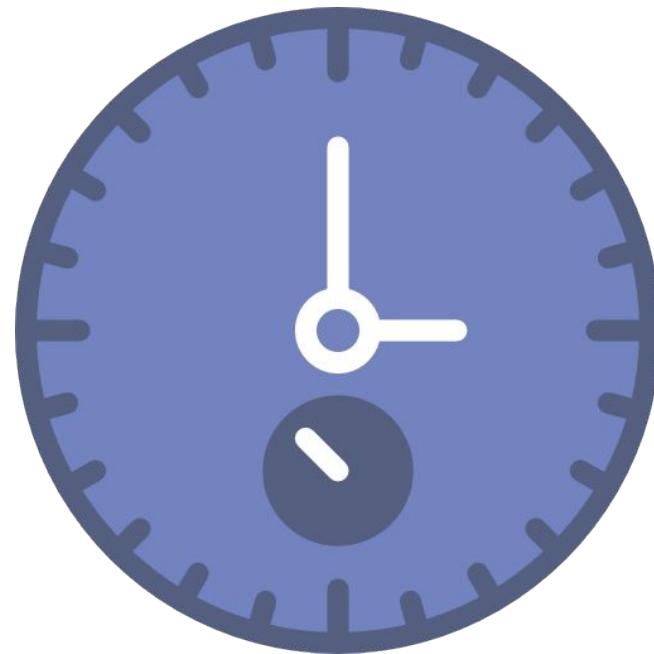
El Proceso SEM

1. Se define un buscador en el que se desea tener presencia.
2. Selecciona un objetivo para su anuncio.
3. Se designa un set de palabras clave.
4. Determina la zona geográfica del anuncio.

El Proceso SEM

5. Escribe o diseña un anuncio.
6. Define un presupuesto.
7. Ejecuta.
8. Analiza y Ajusta.

¡Hora de Practicar!



SEO: Search Engine Optimization

Busca maximizar el número de visitante orgánicos a un sitio web asegurando una alta visibilidad de este en buscadores.





Un Proceso SEO Básico



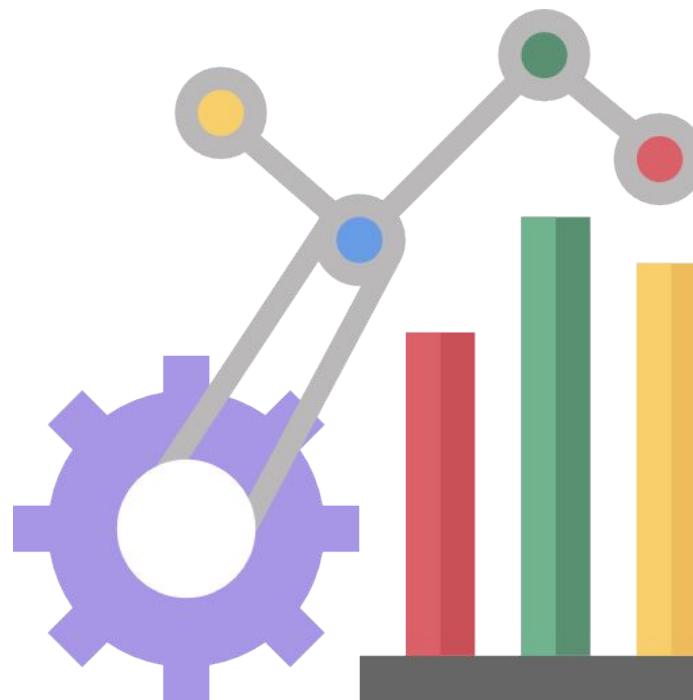
1. Realiza una auditoría de SEO técnica.
2. Haz una auditoría de contenido.
3. Asegura tener una identidad local completa.
4. Investiga las palabras claves de tu marca y tu industria.

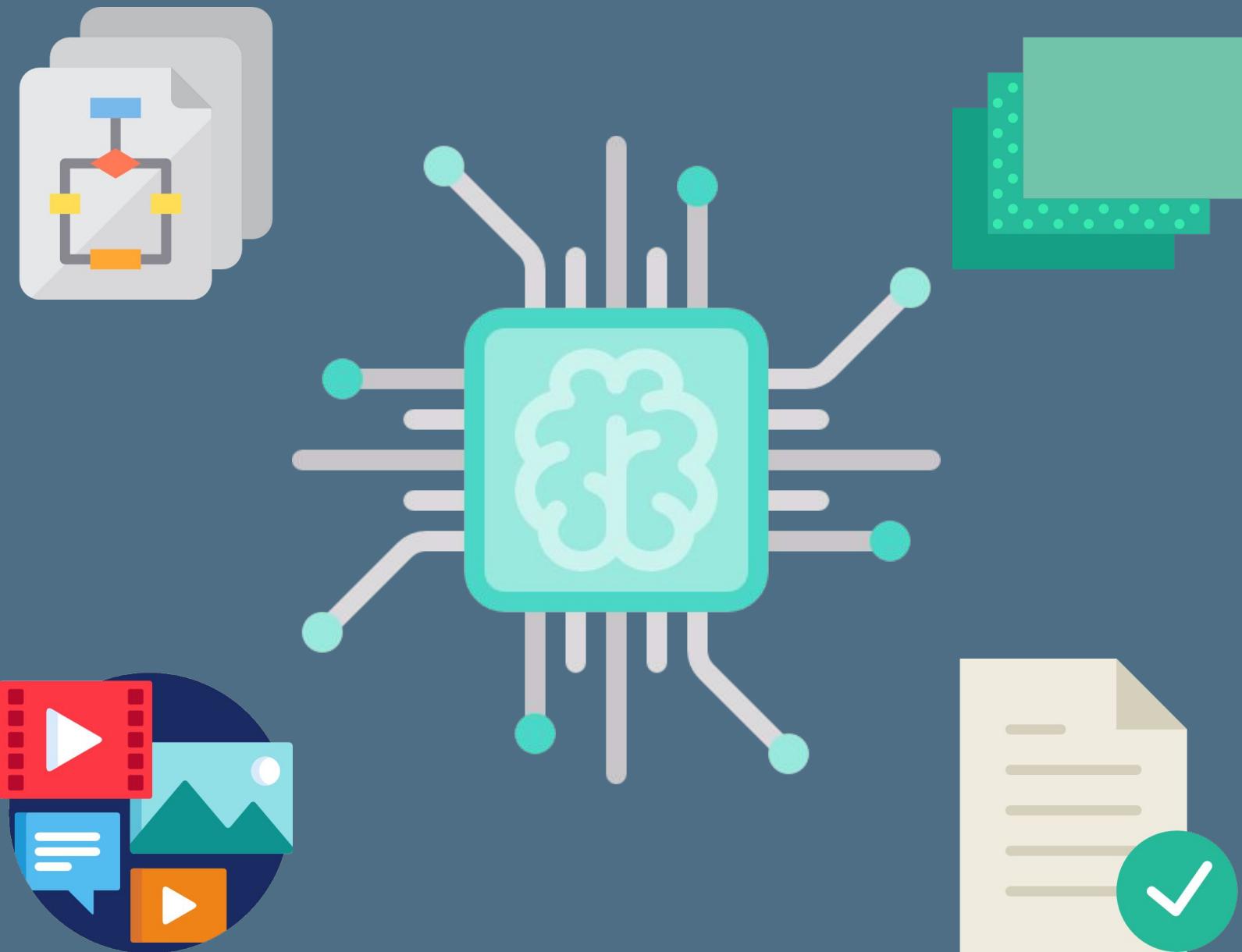
Un Proceso SEO Básico



5. Optimiza tu estrategia de contenido en base a tus descubrimientos.
6. Monitorea y Ajusta frecuentemente.

Una mirada al Funcionamiento de los Buscadores

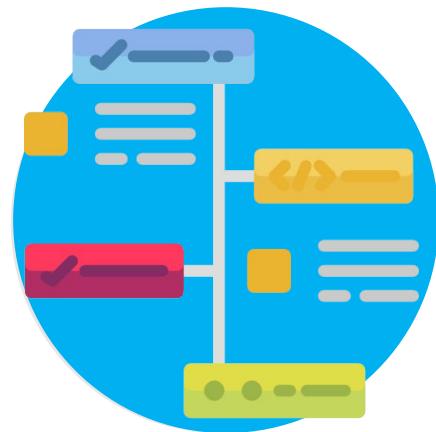






Crawling

Proceso ejecutado por bots para visitar, descargar y extraer links de una página web.



Indexing

Las páginas web descubiertas son agregadas a una base de datos para su fácil acceso.

Algunos Elementos considerados



Relevancia de
Palabras Clave



Últimas
actualizaciones



Interacciones
de Usuarios

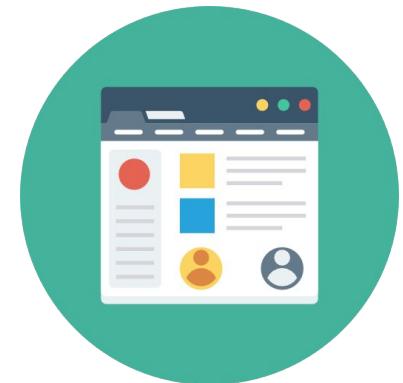
Algunos Elementos considerados



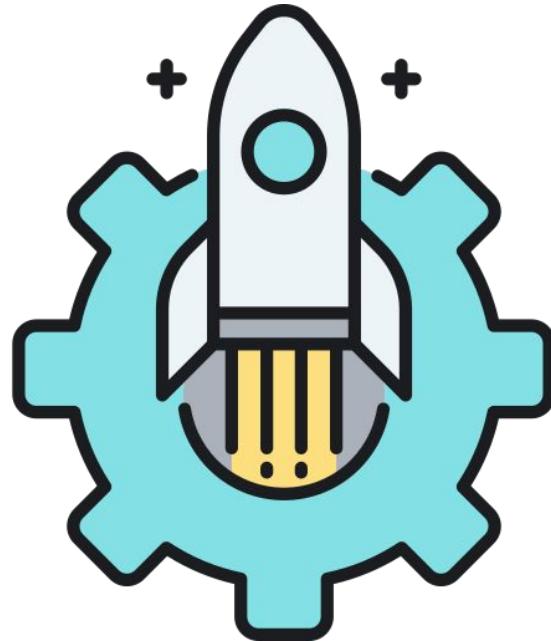
Idioma



Tipo de
Contenido

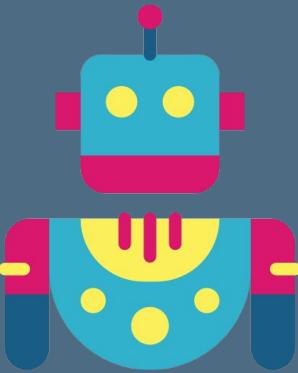


Localización



¿Qué vamos a buscar con SEO en Growth Marketing?

Facilitar el trabajo de los Buscadores
para lograr Crecimiento



Auditoría Técnica

Revisión de todo elemento que impacte el SEO incluyendo:

- a. Sitemaps
- b. Jerarquía del Sitio
- c. Enlaces Rotos
- d. Velocidad del Sitio
- e. Estatus de Indexación
- f. Crawl Budget
- g. Enlaces Externos

Auditoría de Contenido

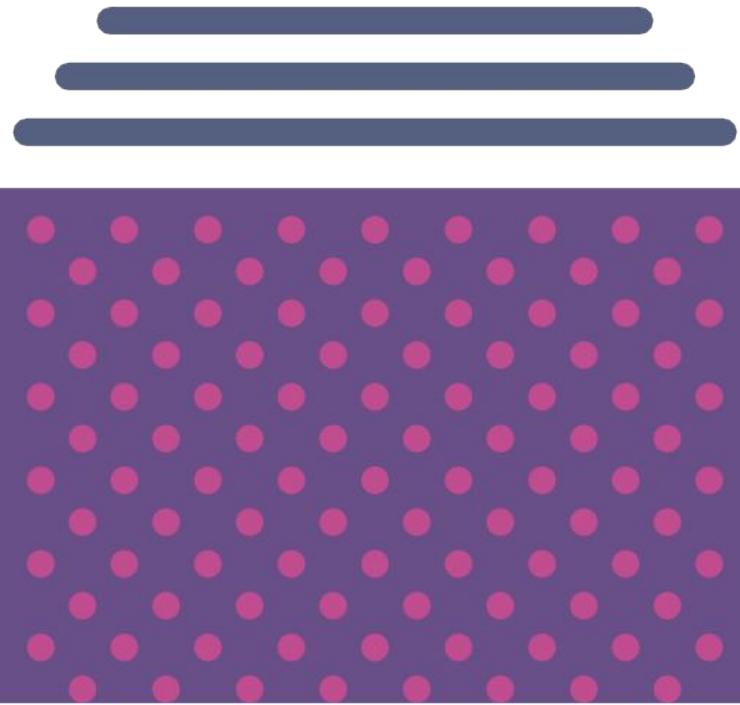


1. Recopila y organiza tu contenido.
2. Define:
 - a. Objetivo
 - b. Tipo de Contenido
 - c. Autor
 - d. URL
 - e. Keywords
 - f. Fechas de Creación y Actualización
 - g. Interacciones por red social
 - h. KPI's
3. Define un plan de Acción

KPI's de Contenido

Algunos KPI's que debemos medir:

- Tráfico Orgánico
- Tiempo en la Página
- Páginas por sesión
- Conversiones
- Bounce Rate



Detección de Palabras Clave



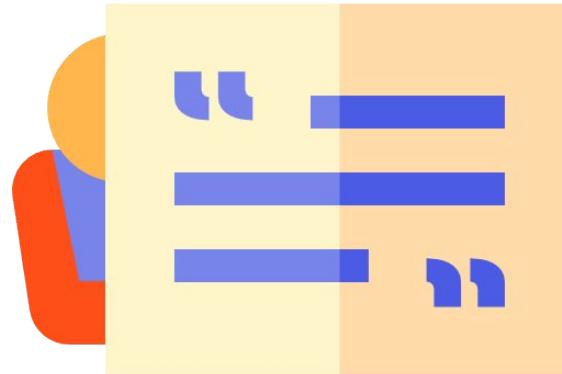
“

**Es la Búsqueda de los términos
utilizados por posibles
consumidores al buscar algo
en la web.**

”



Palabras Clave
Genéricas



Palabras Clave
Long-tail



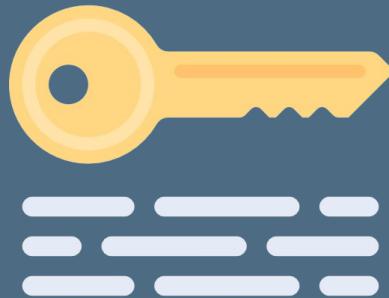
Cómo Investigar Palabras Clave

Un Proceso Básico



- Define cuidadosamente a tus buyer personas.
- Elabora una lista de temas relacionados a tu negocio e industria.
- Define Palabras Clave posibles para cada tema.

Un Proceso Básico



- Busca Palabras Clave Long-Tail posibles.
- ¿Cómo se ve tu contenido ahora?



Algunas Recomendaciones

- Observa las palabras clave de tu competencia.
- Revisa Términos de búsqueda relacionados.
- Prueba estas palabras en un buscador.
- Revisa su ranking.
- ¡Pregúntales a tus Clientes!
- Utiliza un software.

MOZ



Google Ads



Keyword Tool



Google
Analytics

C:\DOS\BBS\GOOGLE>_

Benchmarking de Palabras Clave

Investigando a la Competencia



- Buscar manualmente en el sitio web los términos principales por recurrencia.
- Utilizar un software como Buzzsumo, SEMRush, Google y SpyFu.
- Realiza revisiones periódicas.



crazy egg



All Images Videos News Maps More Settings Tools

About 190,000,000 results (0.46 seconds)

Why is Hotjar a better choice? | It's more powerful yet simple | hotjar.com

[Ad] www.hotjar.com/ ▾

It gives you a fast & visual way to understand user behavior on your site. One code. 8 tools. Combine analytics with user feedback & achieve more for your business! Make Things Easy. No Strings Attached. 8 Tools One Subscription. Stay GDPR compliant. Easy to Use.

Forever Free - Basic Plan - \$0.00/mo - Up To 2000 Page Views/Day · More ▾

Plans & Pricing

Hotjar Offers A Free Forever Plan
View Our Plans & Pricing.

Website Recordings

Watch Recordings Of Real Visitors.
Improve Your Website-Convert Better

Comparing Crazyegg? | Try VWO & Increase Conversions | VWO.com

[Ad] www.vwo.com/ ▾

Try VWO's advanced optimization features such as segmented heatmaps & recording! Trusted by Biggest Brands in Fintech, SaaS, Ecommerce, Media and Travel Industries. Smart Statistics Engine. End-To-End Solution. Services: A/B, Split & MVT Testing, Heatmaps, Visitor Recording.

Plans & Pricing - Testing · Try Free for 30 Days · Personalisation Features · Request a Demo

Crazy Egg Website Optimization | Heatmaps & A/B Testing

<https://www.crazyegg.com/> ▾

Crazy Egg provides a host of interesting information about your users. You can see what's hot and what's not, knowing exactly where your visitors are coming ...

You visited this page on 2/2/19.

[Log into Crazy Egg](#)

[Pricing](#)

Crazy Egg

Company



crazyegg



crazyegg.com

Founder: Neil Patel

Founded: 2005

Profiles



Twitter



LinkedIn



YouTube



Facebook

People also search for



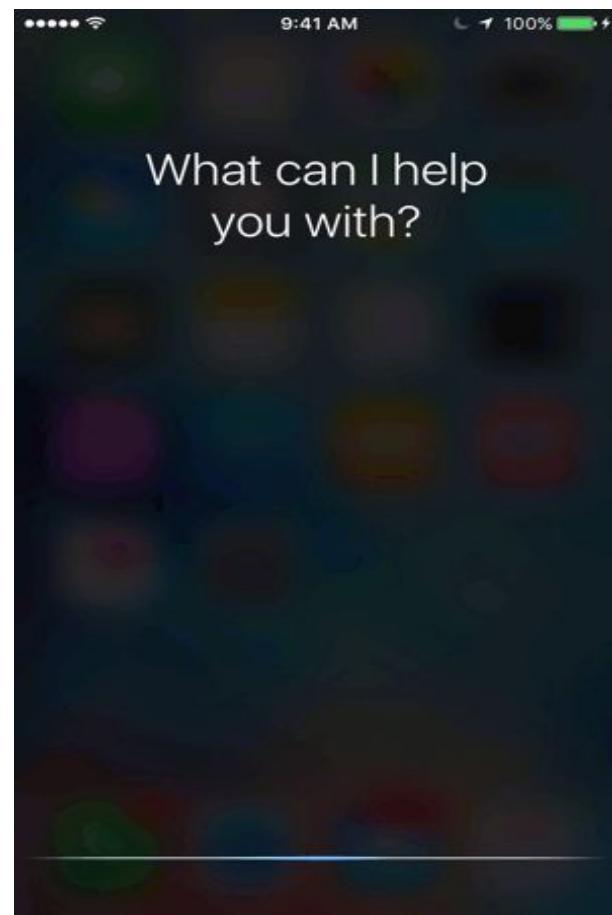
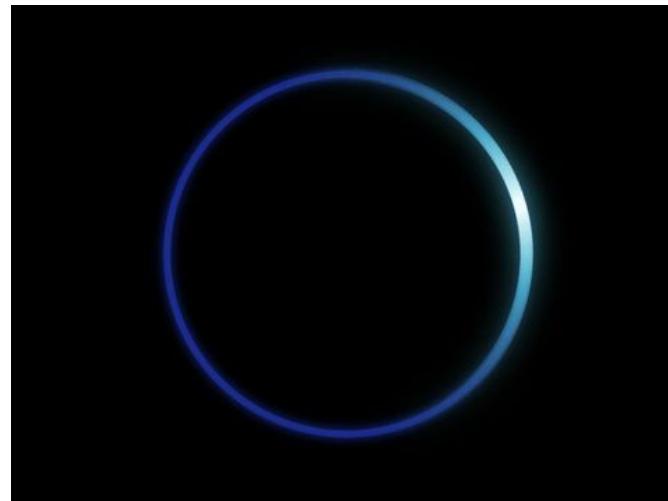
Clicktale®

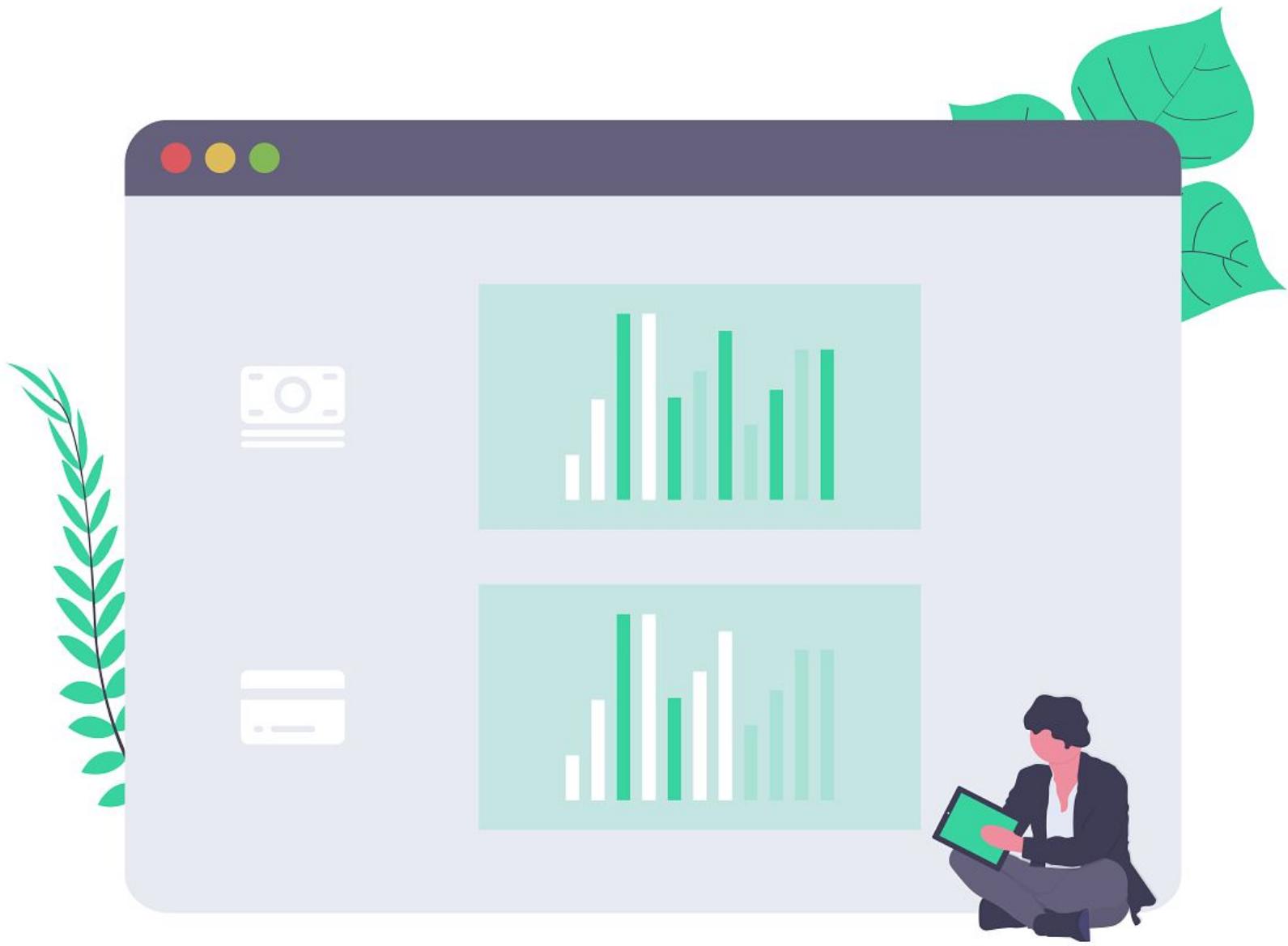
orange

HubSpot

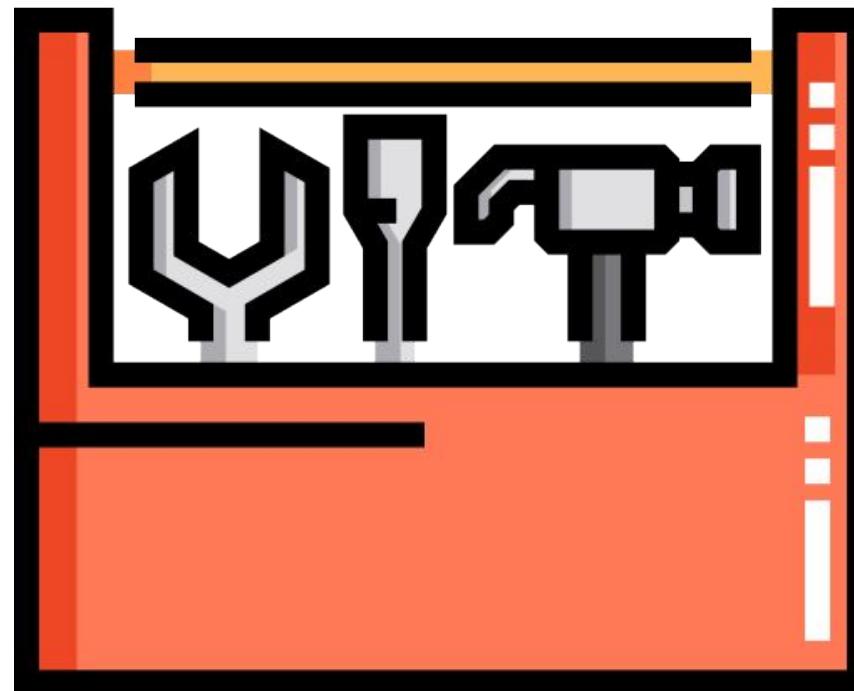
Google

View 5+ more





Herramientas para SEO



Los Elementos Clave de una Herramienta

- Investigación & Análisis de Palabras Clave
- Análisis de Tráfico
- Inteligencia Competitiva
- SEO Técnico
- Revisión de Ranking
- Análisis de Backlinks

Herramientas Populares para SEO



Herramientas Populares para SEO



The MOZ logo is the word "MOZ" in a large, bold, blue sans-serif font.



On-Page SEO

Factores de SEO que la marca puede controlar directamente.



Off-Page SEO

Factores de SEO no controlados por la compañía

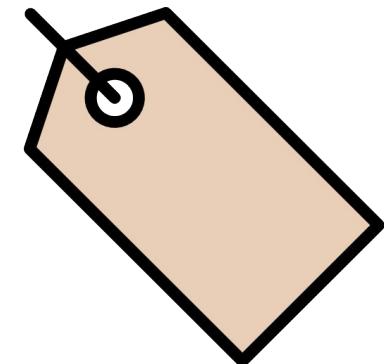
Tips de On-Page SEO

- Links Internos
- Links Externos
- Estructura de URL
- Títulos de Páginas
- Densidad de Palabras Clave
- Bríndale un formato distintivo al texto crucial



Vigila las actualizaciones de los buscadores.

Tips de On-Page SEO



Optimiza:

Meta Tags

Datos que describen páginas individuales.

HTML Tags

Palabras clave que definen como un browser le dará formato y mostrará el contenido.

Social Tags

Palabras clave utilizadas por usuarios para describir algo.

Schema Tags

Microdatos HTML que ayudan a clasificar el contenido.

Optimización de Imágenes y Videos

- Bríndale un nombre significativo al contenido
- Edita Captions, Alt Tags, Title Tags
- Agrega títulos y descripciones relevantes a tus videos
- Incrusta el video que deseas resaltar.



2

Actualiza tu Contenido mínimo de 2 a 3 veces por semana y asegúrate de que contenga palabras clave.

Tips de Off-Page SEO

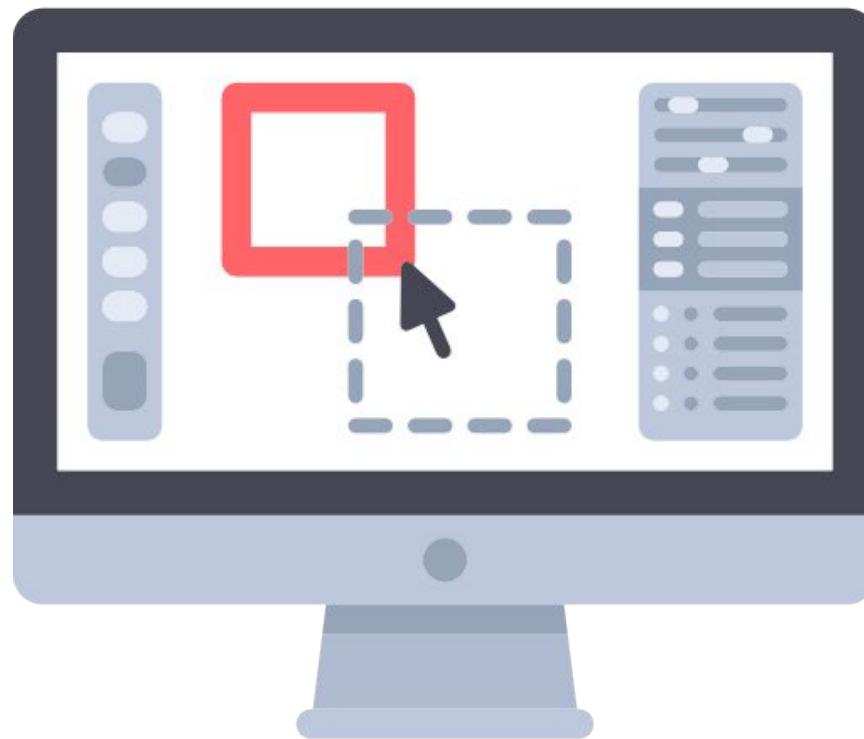
- Menciones en medios de comunicación
- Contenido en Redes Sociales
- Publicación de Invitados
- Uso de Influencers
- Participación en Foros
- Creación de contenido



En pocas palabras, Relaciones Públicas



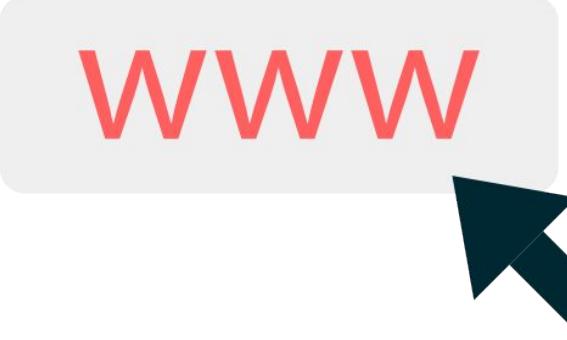
Diseño de Landing Pages 101



Sólo hay una primera Impresión



Comienza por:



WWW

- ¿Cuál es tu tipo de página?
B2B, B2C, Blog, eCommerce
- ¿Qué objetivo tiene tu página?
Leads, Showcase
- ¿Qué producto o servicio estarás mostrando?
- ¿Cuál será tu promesa de valor?
- ¿Cómo mostrarás ese valor efectivamente?

Elementos Esenciales de una Landing Page

- Título
- Lead-Gen Form
- Call-to-Action (CTA)
- Medios
- Beneficios / Propuesta de Valor
- Validaciones
- Información de Contacto
- Mecanismo de Seguimiento de Leads



Tips para un buen Diseño

- Asegúrate de tener un Layout limpio y estético
- Menos es más, enfócate en un sólo mensaje
- Gráficos y elementos visuales que reflejen tu branding
- Botones y elementos cruciales contrastantes
- Optimiza tu página para móviles



Generando Confianza

- Incluye Reseñas
- Graba Testimoniales de los usuarios de tu producto
- Asociaciones, Sellos o Certificados de terceros
- Políticas de Privacidad y Términos de Uso
- Incluye referencias en medios de comunicación



Algunos Growth Hacks para tu Página

- Incluye Pop-up Forms & Push Notifications
- Formularios pre-llenados
- Retargeting
- Pop-up de salida
- Personalización de Landing Pages



Objetivos Finalizados

- Conocimos el funcionamiento de buscadores y los conceptos de SEO & SEM.
- Vimos herramientas para SEO.
- Realizamos detección de palabras clave.
- Mejoramos una Landing Page.

Más allá de la intuición

Marketing Basado en Datos

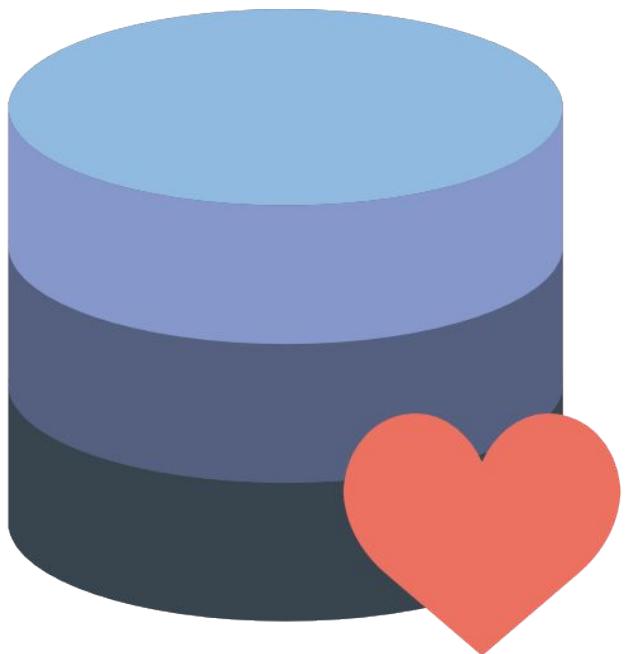


Objetivos

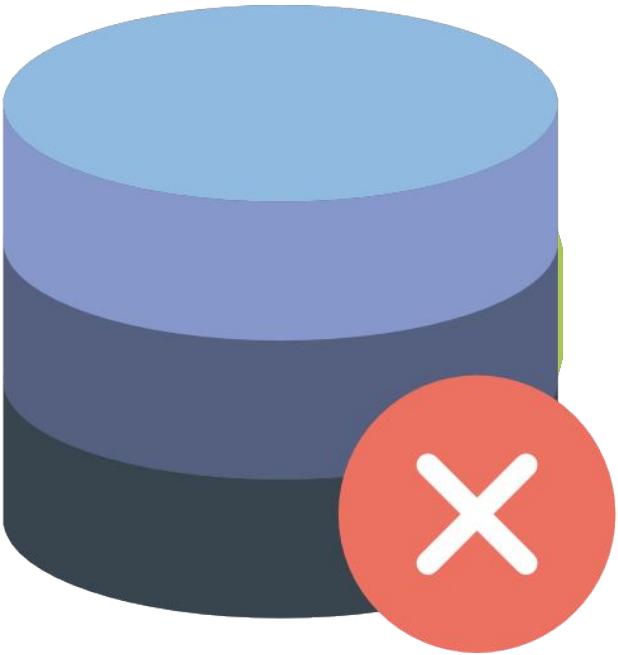
- Exponer las razones para usar datos en Marketing.
- Definir los analytics a considerar para sitios web.
- Dar una mirada a los analytics de Redes Sociales.
- Familiarizarse con conceptos básicos de A/B Testing.



8



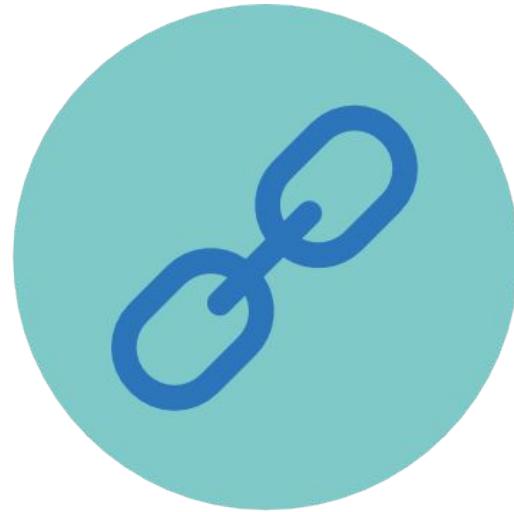
¿Por qué Marketing Basado en Datos?



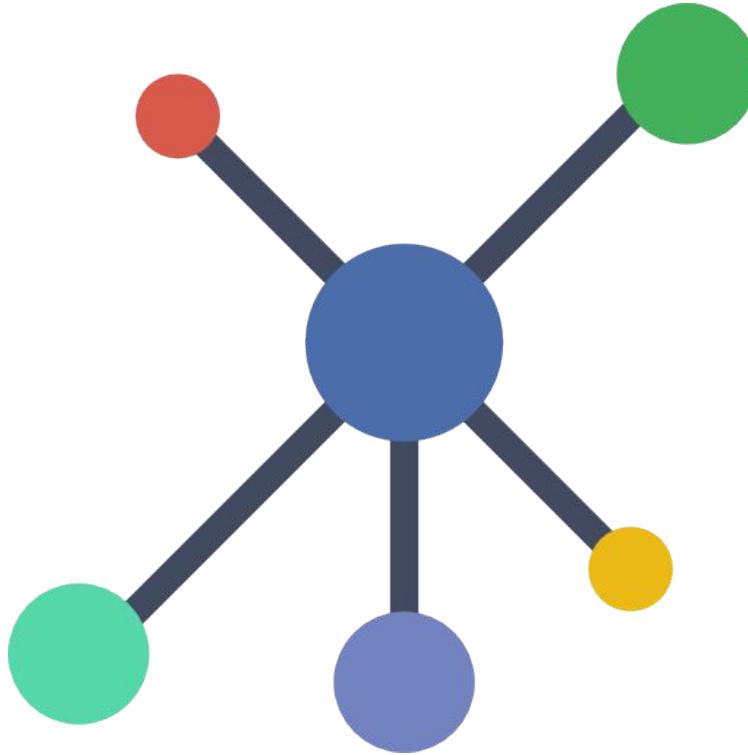
**Sin Datos sólo eres
una persona con una
opinión.**



**Más Información y de más
Canales que nunca antes**



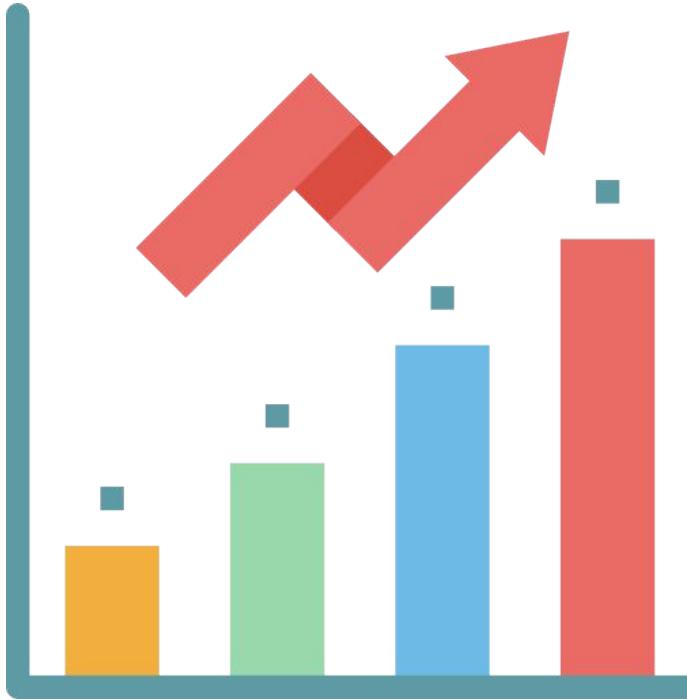
Herramientas Más Sofisticadas
para entender y pronosticar el
Comportamiento



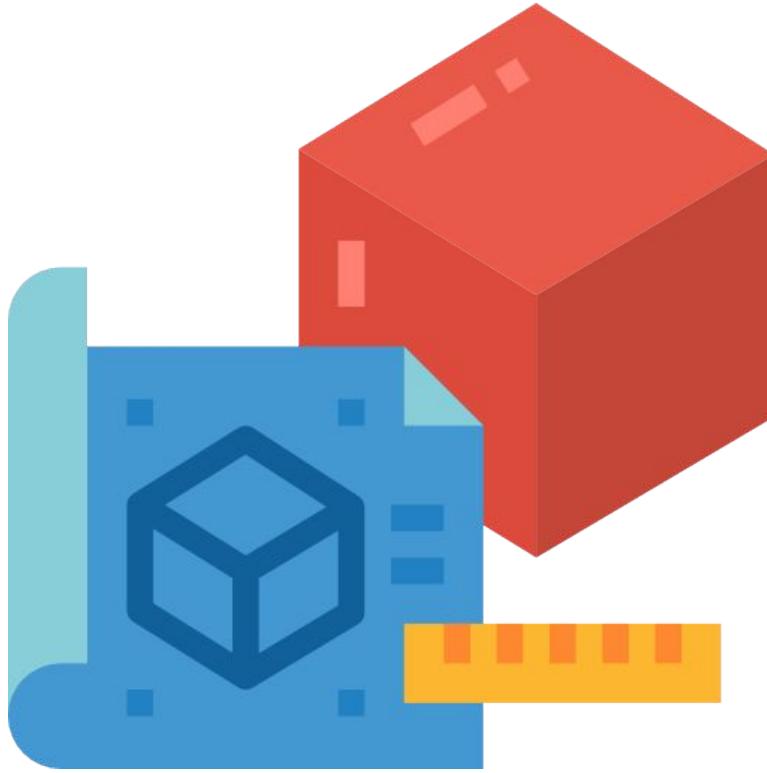
**Nuevos Medios para encantar a
nuestro clientes**



**Habilidad de Personalizar los
mensajes y productos
mostrados**



**Datos en tiempo real para
tomar las mejores decisiones**



Posibilidades de Innovar en el Desarrollo de Nuevos Productos

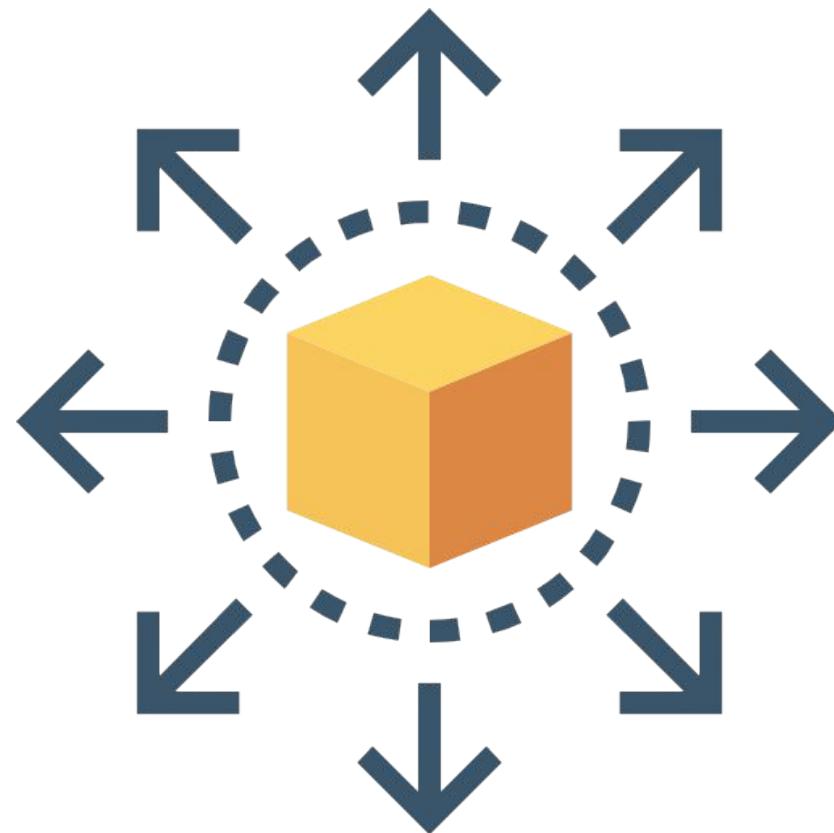
Como Growth Marketers

- Analizamos datos para generar insights.
- Aprovechamos los insights para tomar decisiones.
- Tomamos decisiones orientadas a generar crecimiento.



**DON'T
PANIC!**

Analytics de Sitios Web para Crecimiento



Primeros Pasos

- Determina los Objetivos de tu sitio web.
- Establece tus KPI's y los elementos que los afectan.
- Define tus necesidades de información.
- Ármate de las Herramientas necesarias.



Métricas Básicas a Revisar

- Visitantes únicos
- Nuevos visitantes
- Visitas repetidas
- Interacciones por visita
- Fuente de tráfico
- Duración de la visita
- Compra promedio
- Promedio de abandono de carrito de compra
- Bounce Rate

Herramientas Imprescindibles



Números Puros

Google Search Console

Google Analytics

Optimizely



Comportamiento Humano

Crazy Egg

Hotjar

Clicktale

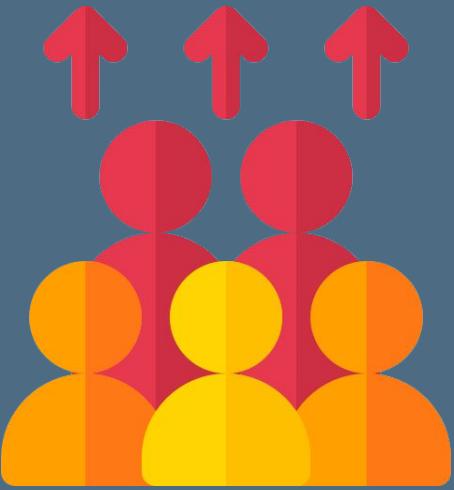


Tipos de Segmentación

1. Comportamiento
2. Demográfica
3. Tecnológica
4. Fuente de Tráfico
5. Industria / Rol

Comportamiento

1. Nuevos o Repetidos
2. Suscriptores o No suscriptores
3. Leads nuevos o Leads adquiridos previamente
4. Compra nueva o repetida
5. Participante de programa específico



Demográfica

1. Edad
2. Género
3. Ubicación Geográfica
4. Profesión



Tecnológica

- 1. Tipo de Sistema Operativo**
- 2. Tipo de Browser**
- 3. Dispositivo Móvil o Desktop**



Fuente de Tráfico

1. Orgánico
2. Referidos / Sitios web externos
3. Redes Sociales
4. Campañas SEM / AdWords

Clients Corporativos

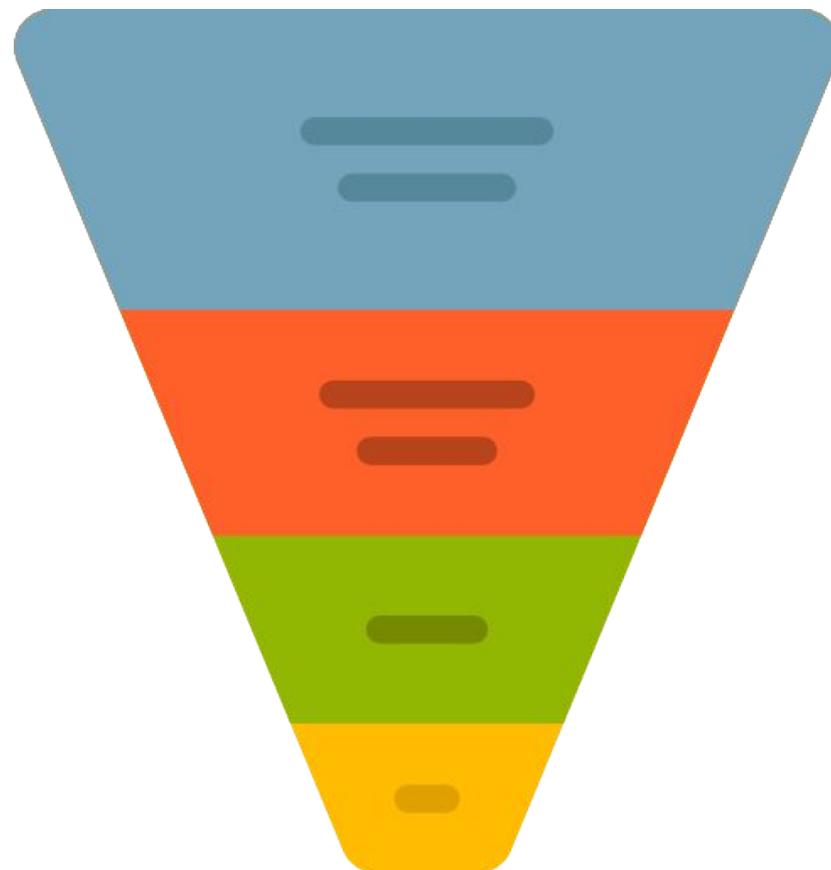
1. Industria a la que pertenecen
2. Tamaño de la Compañía
3. Rol dentro de la compañía



Optimizando para tu Segmento: Personalización

- Crea contenido específico por segmento
- Guía a cada segmento a subpáginas específicas
- Ajusta tus mensajes a cada audiencia
- Prueba frecuentemente tus hipótesis por segmento
- Itera y Actualiza

Analytics en Relación a tu Funnel



Analytics en Redes Sociales





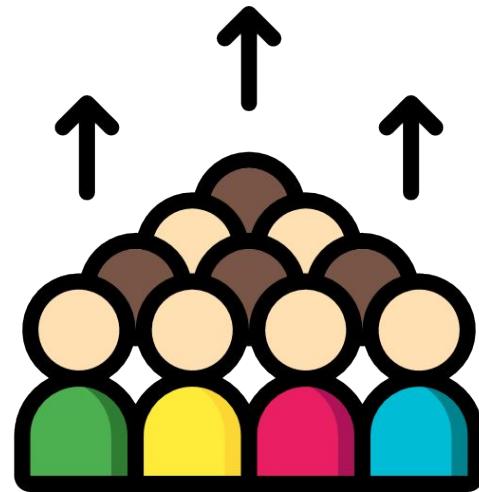
FOLLOWERS

500,209



Engagement

Comprenden la medición de las interacciones de tu audiencia contigo



Alcance

Abarca medidas de la cantidad y variedad de personas a las que llega tu mensaje



Conversión

Constituyen los indicadores de las conversiones y prospectos que generan tus redes sociales

Medidas de Engagement

- Shares
- Likes / Love
- Menciones
- Clicks
- Comentarios
- Sentiment
- Palabras Frecuentes



Medidas de Alcance

- Impresiones
- Share of Voice
- Influencers
- Medios
- Tráfico al sitio web

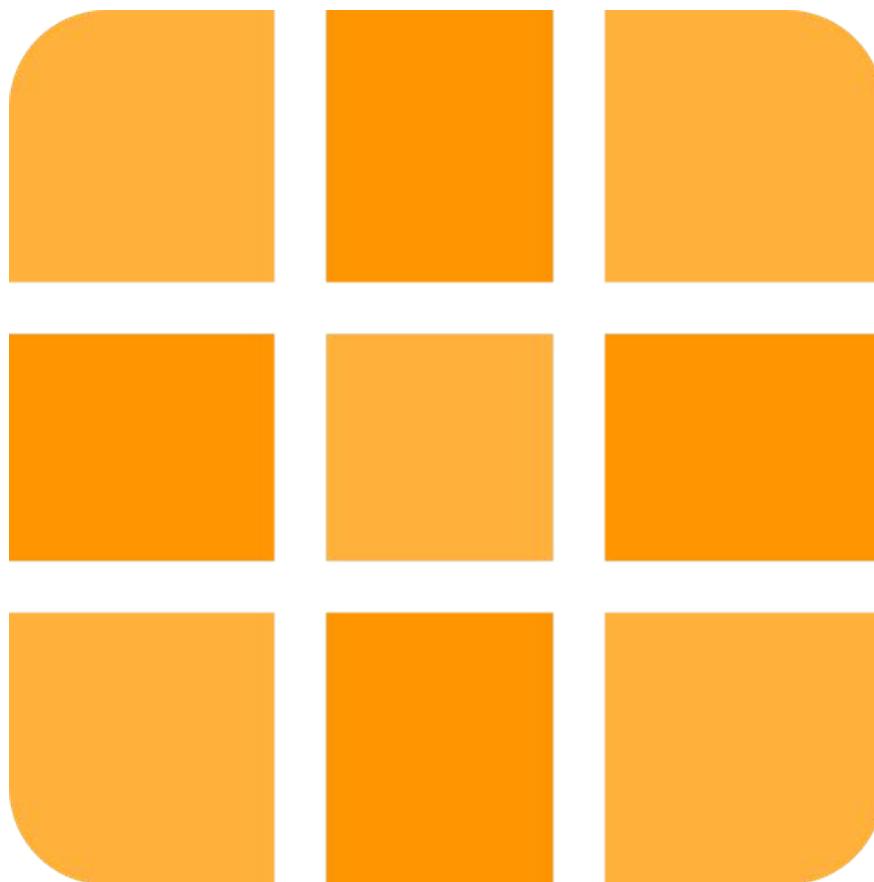




Medidas de Conversión

- Ratio de Conversión de Leads
- Conversiones
- Ventas Sociales
- Costo por Lead
- Social ROI

Integración de Pixels



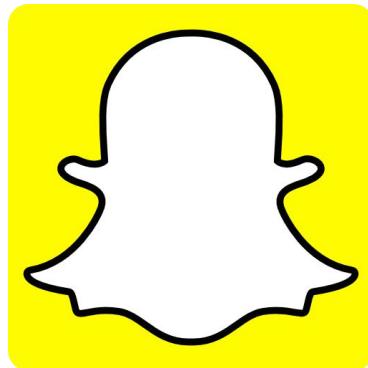
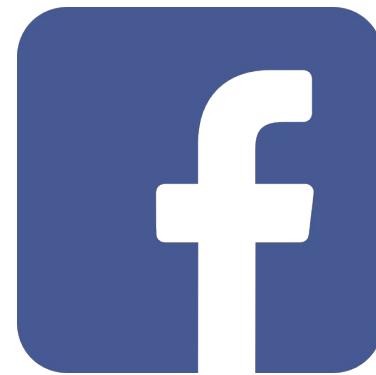
Retargeting





Analytics de las Principales Plataformas

Social Media



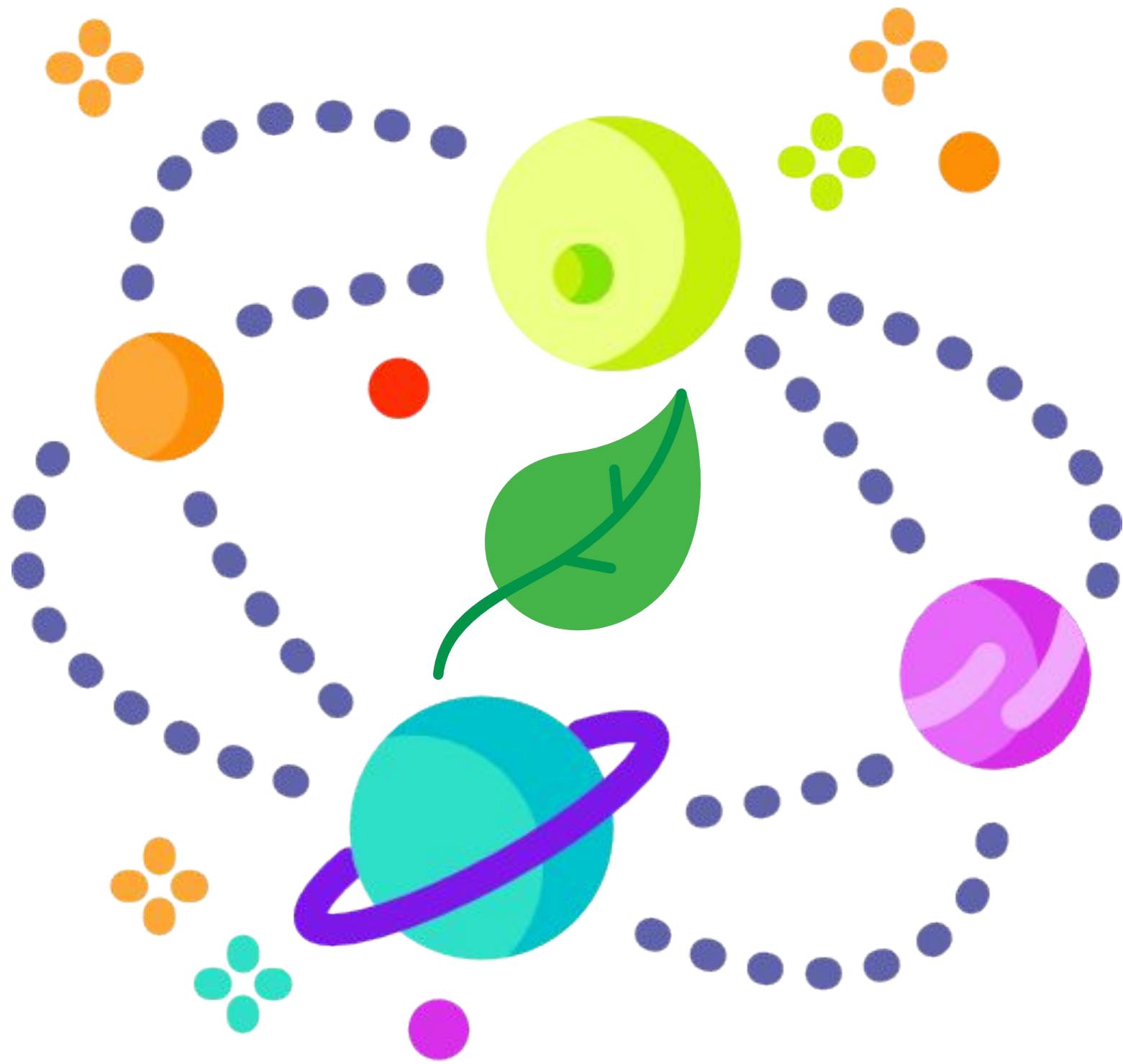


No hay soluciones mágicas, debes
conocer tu producto, tu entorno y a tu
mercado.

Experimentación A/B

Optimiza tus Resultados en cada etapa





MISSION DAY

SOL 71

PRESSURE

12.48



OXYGEN

20.79



TEMP

21.04



ENVIRONMENT

HAB BUNKS

CONNECTED: 000000000000000000000000

TIME 19:33

LOG ENTRY: WHITNEY #3113





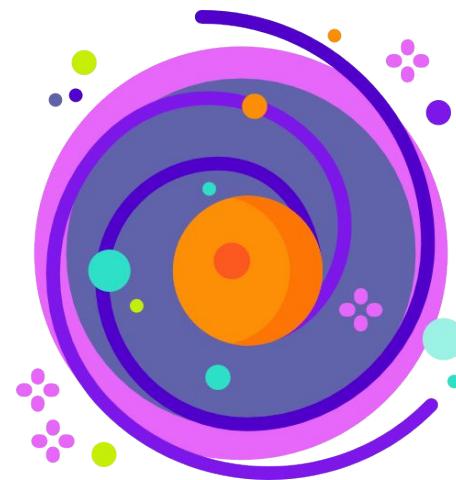
Con qué puedes Experimentar

Tus Redes Sociales



Tu Sitio Web

Tus Aplicaciones



Tu Software

Tus Productos

Tu Contenido

Tus Mensajes

¿Cuándo debes hacer Pruebas?

- Al hacer cambios en las funciones de tu software o aplicación.
- Al crear un anuncio.
- Al rediseñar un sitio web o interfaz.
- Al lanzar una promoción.
- Al crear una landing page.
- Cuando crees que algo puede mejorar.
- Cuando deseas acelerar el crecimiento.





A row of five stylized human figures standing side-by-side, rendered in a light pink color against a dark green background.

$$\pi = \frac{C}{d} = \frac{3.1415926}{1} = 3.1415926$$

A/B Tests en Redes Sociales

Demografía

Comportamiento

Diseño

Landing Page

Horario



A/B Tests en Diseño

Tipografías

Color

Layout

Tamaño de Fuente

CTA



A/B Tests en Blogs

Artes Distintos

Palabras Clave
Distintas

Headlines Diferentes

Varios Temas



Objetivos Finalizados

- Conocimos la importancia del Marketing basado en datos.
- Vimos KPI's y Analytics de sitios web y redes sociales.
- Revisamos cómo y cuándo hacer A/B Testing.



La Psicología del Growth Marketing

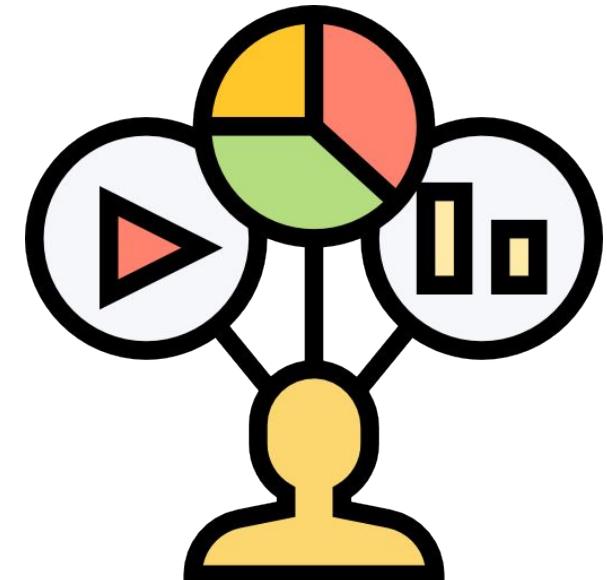
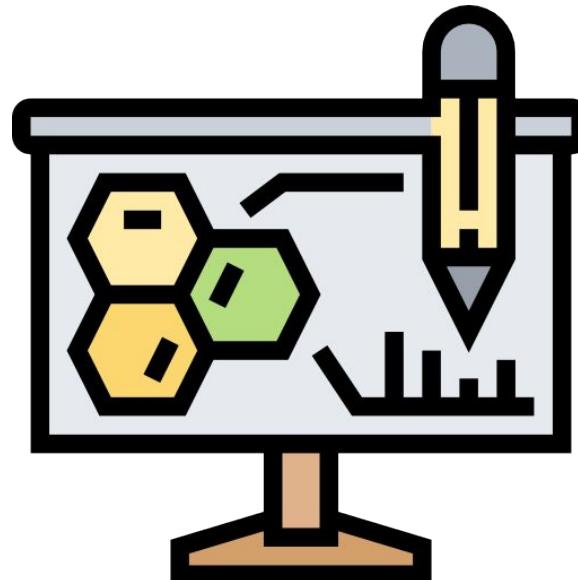
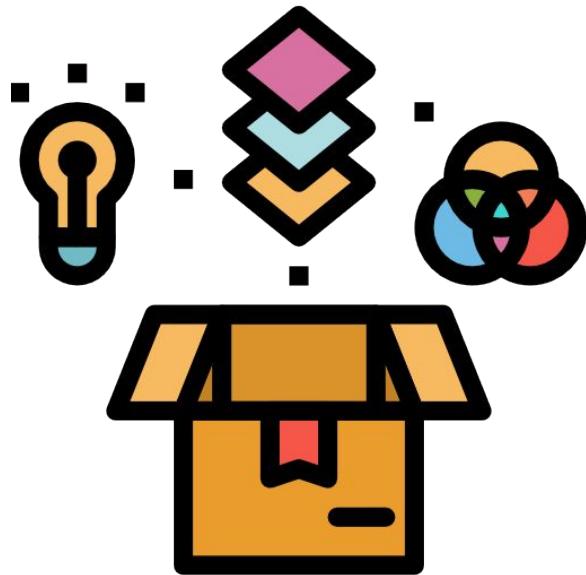
Objetivos

- Conocer la psicología que se esconde detrás del Growth.
- Entender el concepto de lenguaje corporal online.
- Descubrir manera de activar y retener a la audiencia.
- Aprender cómo generar demanda.

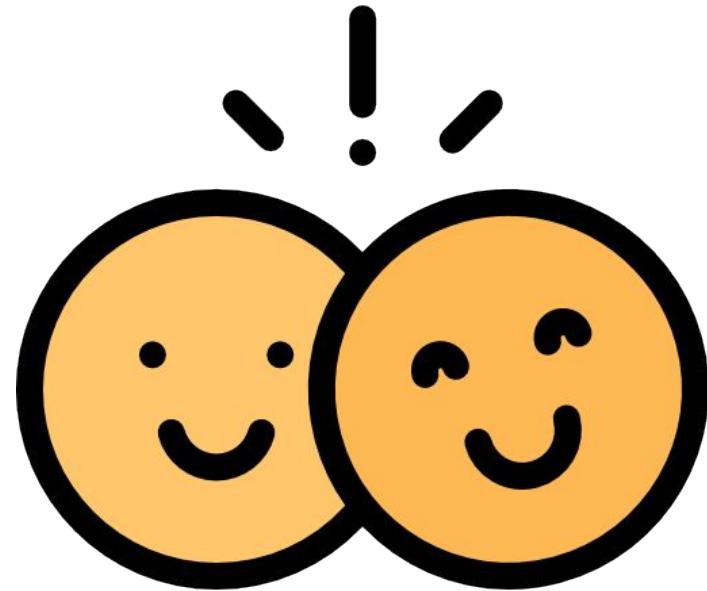
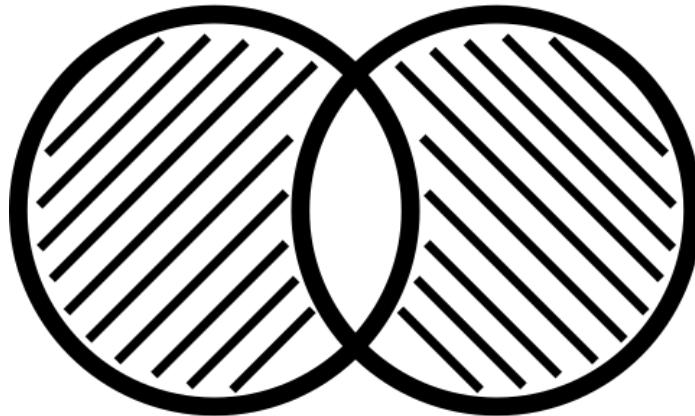




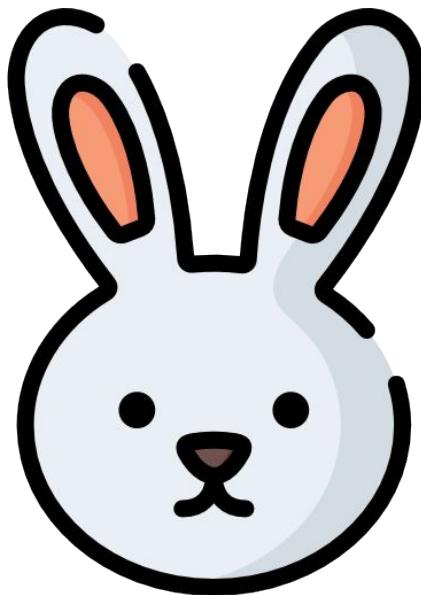
Todo lo que hacemos en Growth Marketing está relacionado al *comportamiento humano*.



¿Racionales o Irracionales?



Sistemas de Procesamiento



Sistema #1

Rápido

Automático

Inconsciente

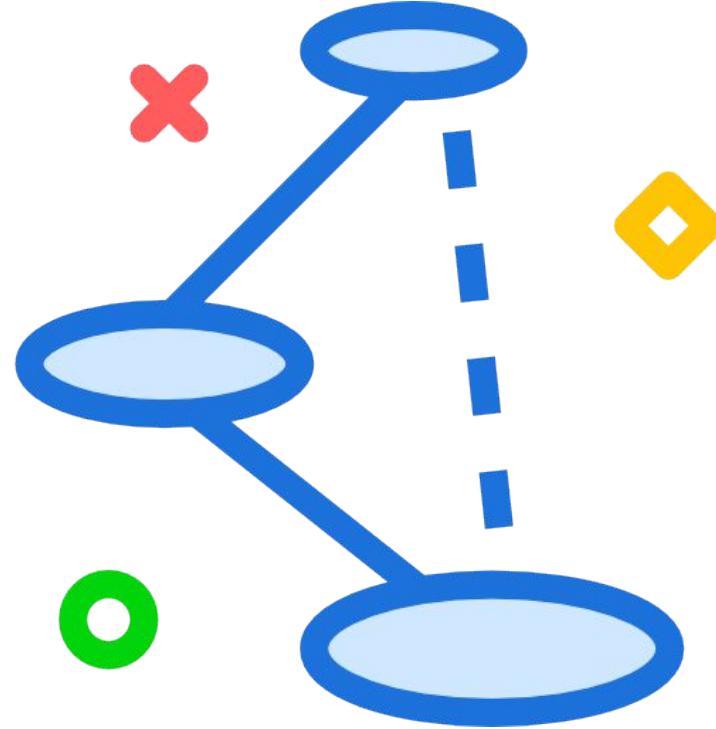


Sistema #2

Lento

Requiere Esfuerzo

Consciente



Heurísticas

Atajos mentales que nos ayudan a tomar decisiones de forma rápida.

Persuasión Digital



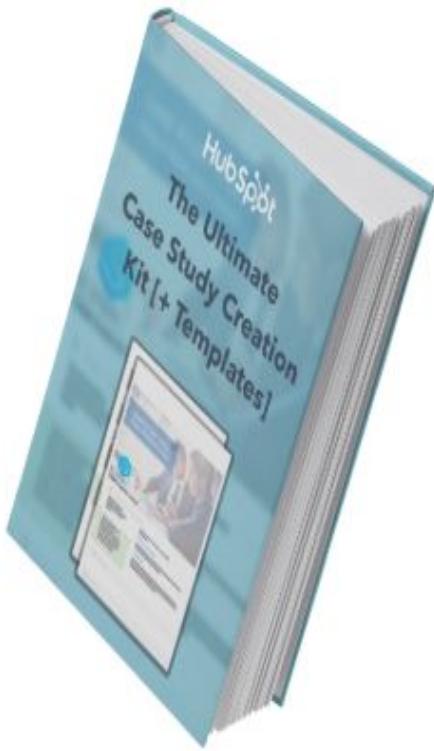


Reciprocidad

El brindar un regalo, preferiblemente personalizado e inesperado, puede hacer que esa persona sea más anuente a nuestras peticiones.



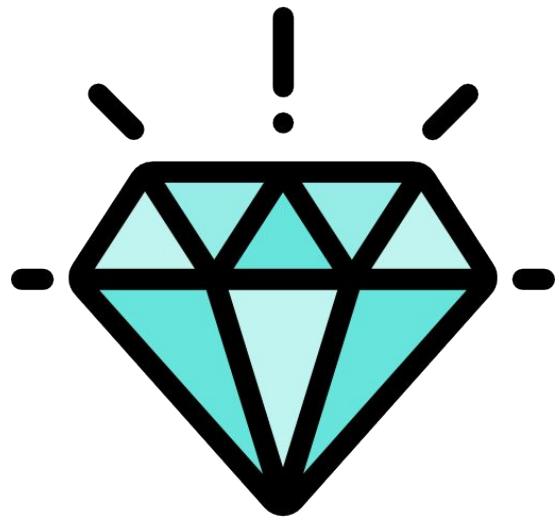
HubSpot is an inbound marketing and sales software platform that helps companies attract visitors, convert leads and close customers.



Case Study Creation Kit [+Templates]

Learn how to showcase your company's success using compelling case studies.

I'M READY TO DOWNLOAD!



Escasez

El percibir que un bien es escaso o difícil de obtener maximiza su valor en la mente de un usuario. Momentos únicos y restricciones de adquisición suelen funcionar.



IF YOUR NAME'S NOT DOWN,
YOU'RE NOT COMING IN



Autoridad

Las personas siguen los consejos e instrucciones de personas con credibilidad consideradas “expertos” o “autoridades”. Esto hace importante el generar confianza y credibilidad.

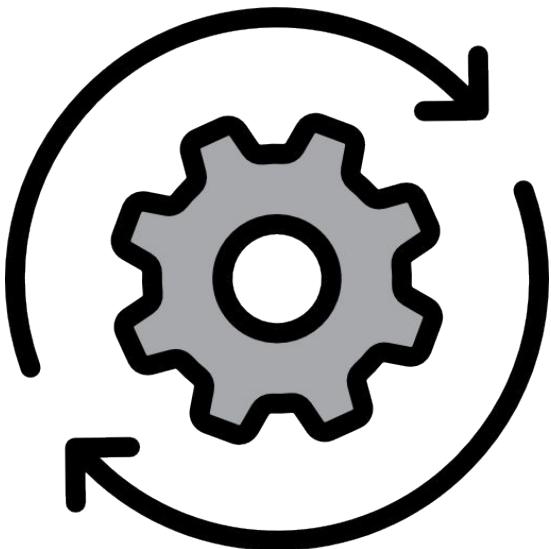
Who Is Neil Patel?

He is a New York Times Bestselling author. The Wall Street Journal calls him a top influencer on the web, Forbes says he is one of the top 10 marketers, and Entrepreneur Magazine says he created one of the 100 most brilliant companies. He was recognized as a top 100 entrepreneur under the age of 30 by President Obama and a top 100 entrepreneur under the age of 35 by the United Nations.

YES, I WANT TO WORK WITH NEIL



Consistencia



Las personas desean ser consistentes con las cosas que han dicho o hecho en el pasado. Se puede comenzar a influir con este principio haciendo que se formen pequeños compromisos que lleven a hechos más grandes.



Do you want more traffic?

YES, I WANT MORE TRAFFIC

NO, I HAVE ENOUGH TRAFFIC

C

Wanna stay on top of all the sh*t you actually care about? Sign up now.

I'M BORING

OBVIOUSLY



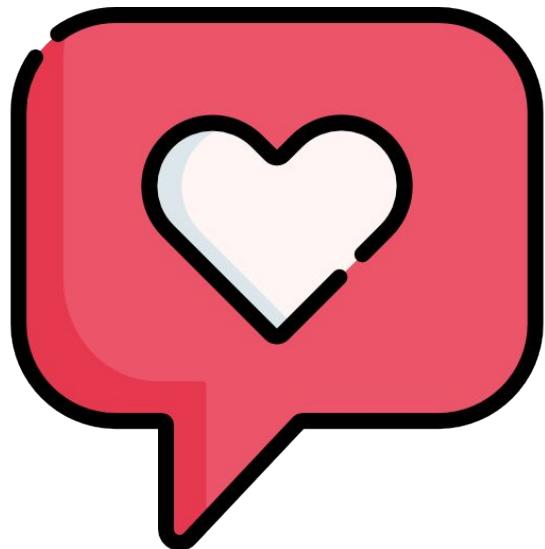
GrowthHackers would like to send you updates on trending posts & special deals.

Notifications can be turned off anytime from browser settings.

Powered by moengage

Don't Allow

Allow



Agrado

Las personas prefieren decirle que sí a aquellas personas que les agraden.

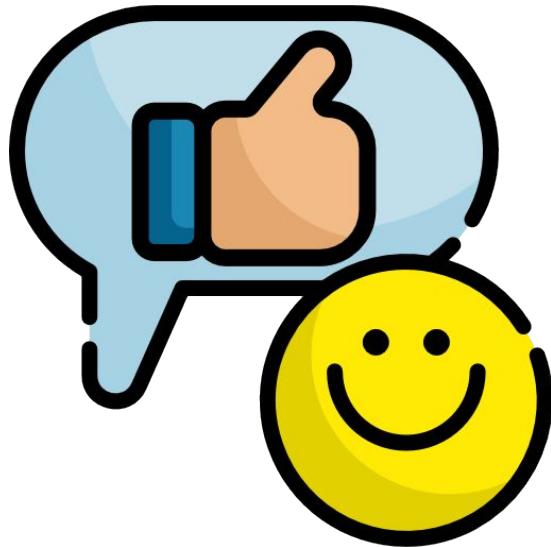


The President Stole Your Land

In an illegal move, the president just reduced the size of Bears Ears and Grand Staircase-Escalante National Monuments. This is the largest elimination of protected land in American history.

[Take Action Now](#)





Prueba Social

Cuando hay incertidumbre sobre una decisión, las personas suelen observar las decisiones de los demás para determinar las propias.

Learn and grow with award-winning support and a thriving community behind you.

You don't have to go it alone. Master the inbound methodology and get the most out of your tools with HubSpot's legendary customer support team and a community of thousands of marketing and sales pros just like you.

**150+**

HubSpot user groups

**4.5M+**

monthly visits

**155K+**

certified professionals

INBOUND**21K+**

registered attendees

**200+**

integrations

**6**

languages

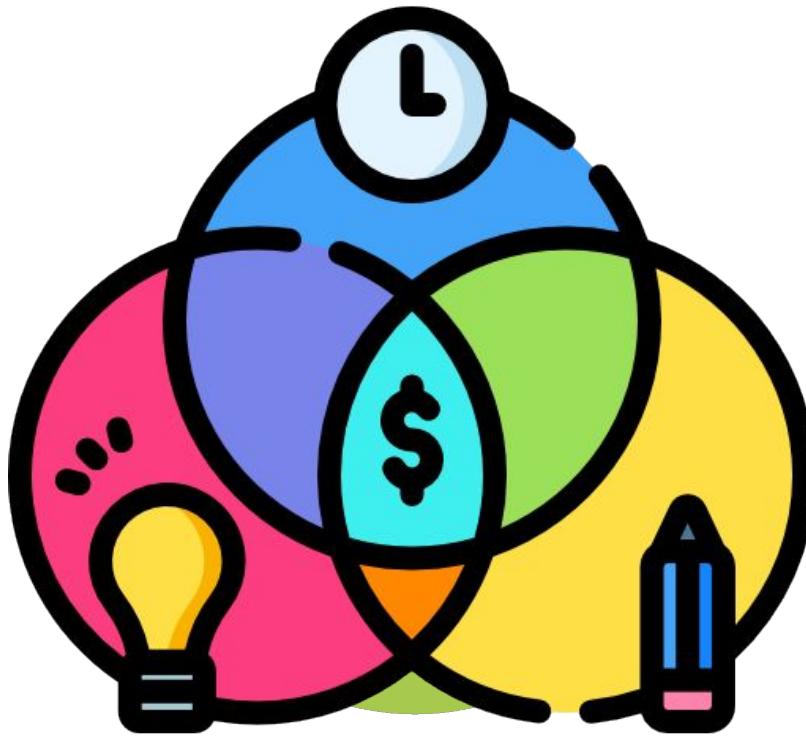
**2.6M+**

social followers

growth HUB**5K+**

profiles and counting



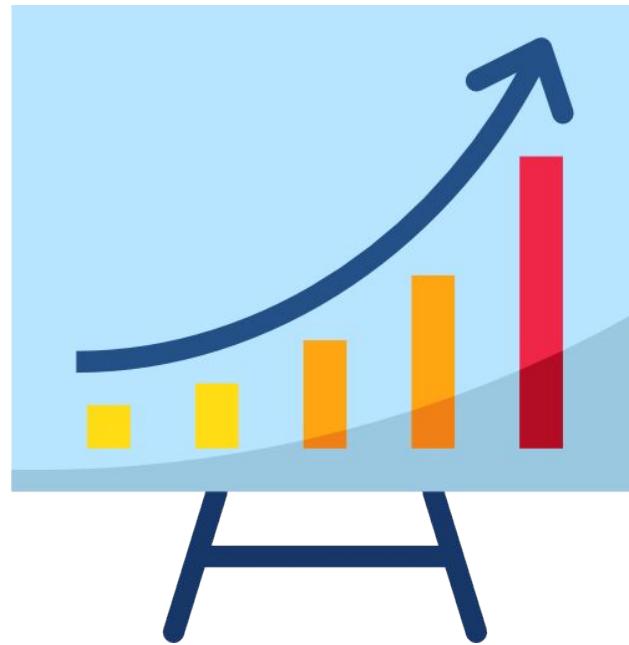


Ahora puedes aplicarlos a las diferentes áreas de tu funnel y de tu empresa.

Comportamiento del Consumidor Online

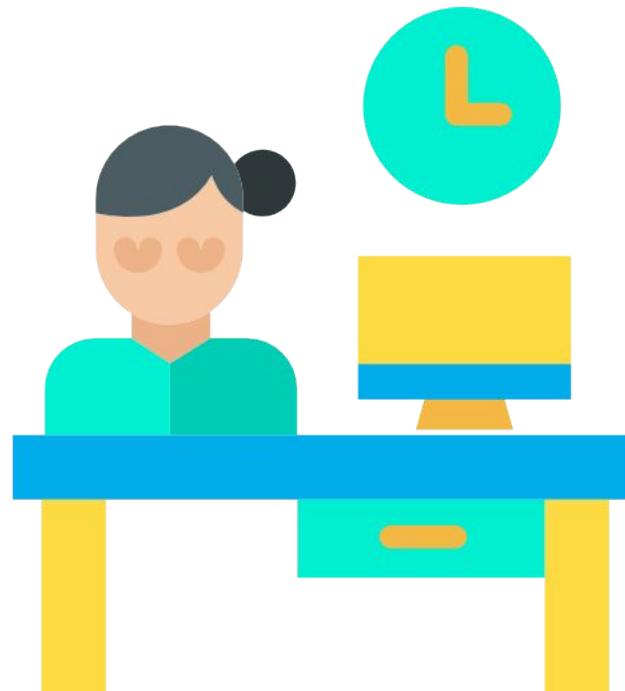


¡El Crecimiento en Usuarios ya no es suficiente!



Debemos ahora pensar en fomentar en ellos los hábitos que contribuyan al éxito de nuestro negocio.

Para Tener un Crecimiento Sostenible



Necesitamos generar hábitos alrededor de nuestros productos.



Modelo de Hábitos

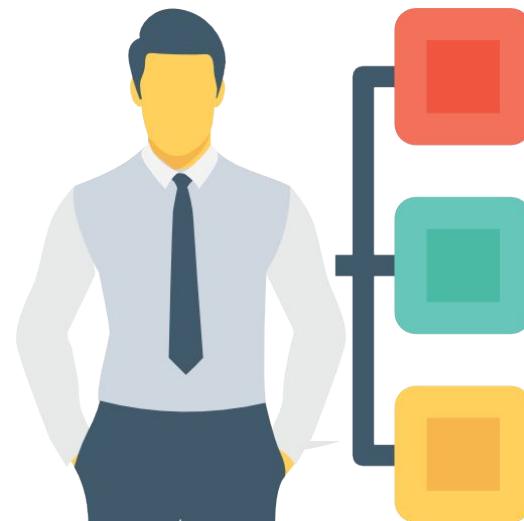


Podemos seguir un modelo para
crear un nuevo hábito en
nuestros usuarios

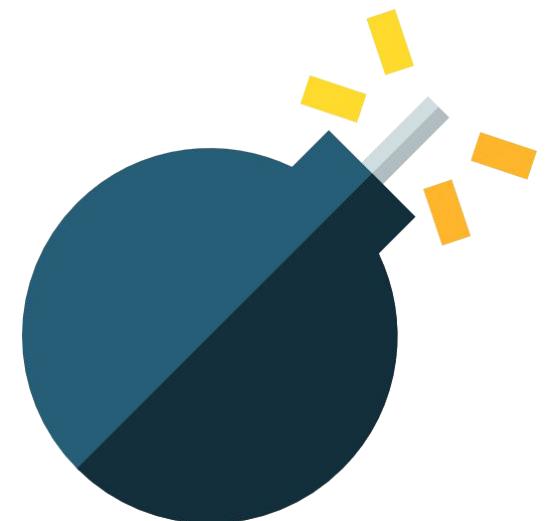
Cómo se cambia un hábito



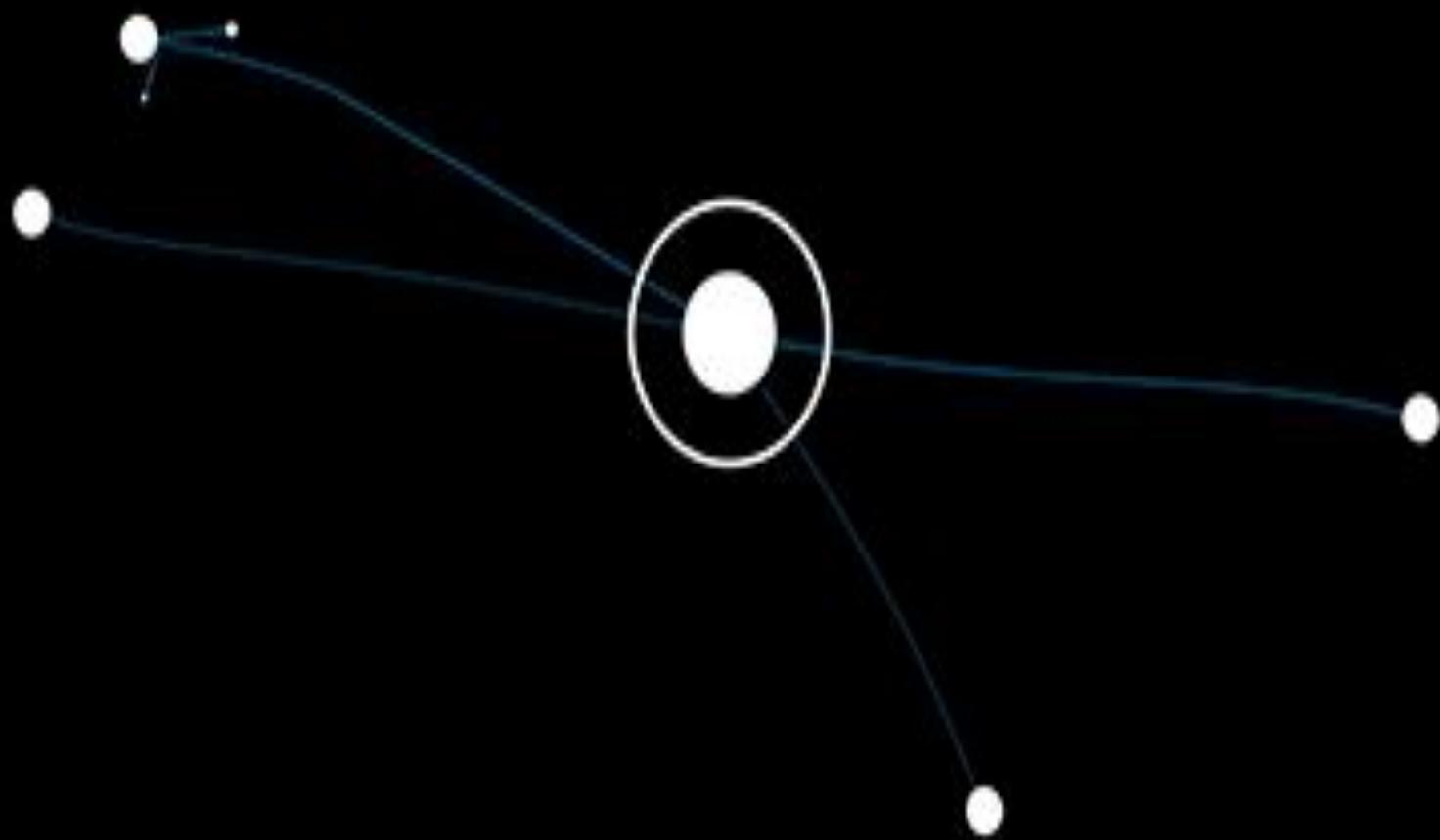
Motivación



Habilidad



Catalizador





El Lenguaje Corporal Digital



Consiste en el agregado de la actividad online pasiva y activa de un individuo.



¿Qué lo Compone?

- Clics
- Páginas vistas
- Fuente del tráfico
- Interacciones en correo o mensaje
- Estilo de Navegación
- Visita al Sitio web

Categorías de Comportamiento

Orientados a Metas

Desorientados

Conscientes

Desinteresados

Exploradores



Herramientas

Software CRM (Hubspot)

Software de visualización

Hotjar

Crazy Egg

ClickTale

Consultas & Encuestas





Activando & Reteniendo Usuarios

Un camino al Crecimiento
Sostenible

Activación de Usuarios

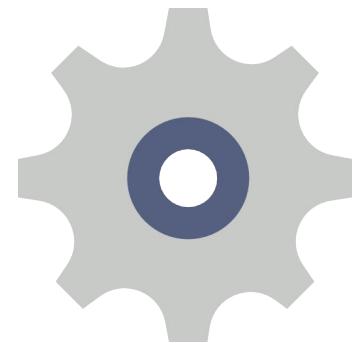


De Visitantes a Prospectos

Para acelerar este proceso
debemos:

- Conocer a la Audiencia
- Observar sus
Comportamientos
- Definir la mezcla de marketing
- Medir los resultados y solicitar
feedback

Herramientas Efectivas



Email Marketing

Engagement en Redes Sociales

SEO & SEM

Promociones

Notificaciones

Activaciones Clásicas

Pruebas Gratuitas

Ofertas por Tiempos Limitados

Regalos & Descuentos en
primera compra

Contenido de Interés

Webinars o Eventos

Fricción

Detecta barreras donde tus usuarios muestran problemas para convertirse en clientes.

- Concepto no Entendido
- Problemas en Onboarding
- Abandono de Carrito
- Procesos de Venta Fallidos





Activando & Reteniendo Usuarios

Un camino al Crecimiento
Sostenible

Retención de Usuarios



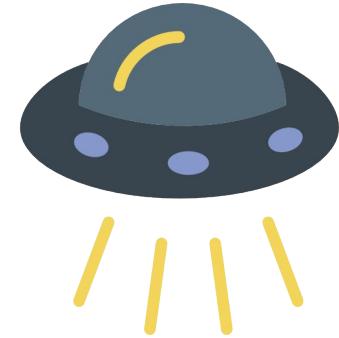


¿El Costo de un Cliente Nuevo?

5-25x

Veces más caro adquirir que
retener a un cliente

Usuarios de por Vida



No sólo se trata de adquirir,
también debes retener.

- Calcula tu retención actual
- ¿Dónde se encuentra el mayor reto para retener?
- Investiga
- Despliega Estrategias de Mejora

¿Cómo mejorar la retención?

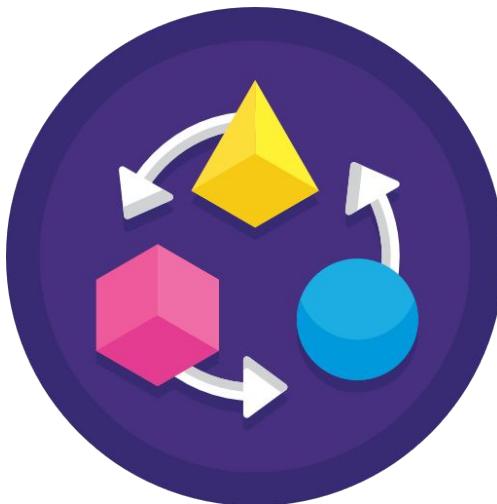
Comunícate frecuentemente con tu consumidor

Mantenlo actualizado

Obtén feedback

Lleva un registro de aciertos y fallas

Otros Trucos



Variabilidad

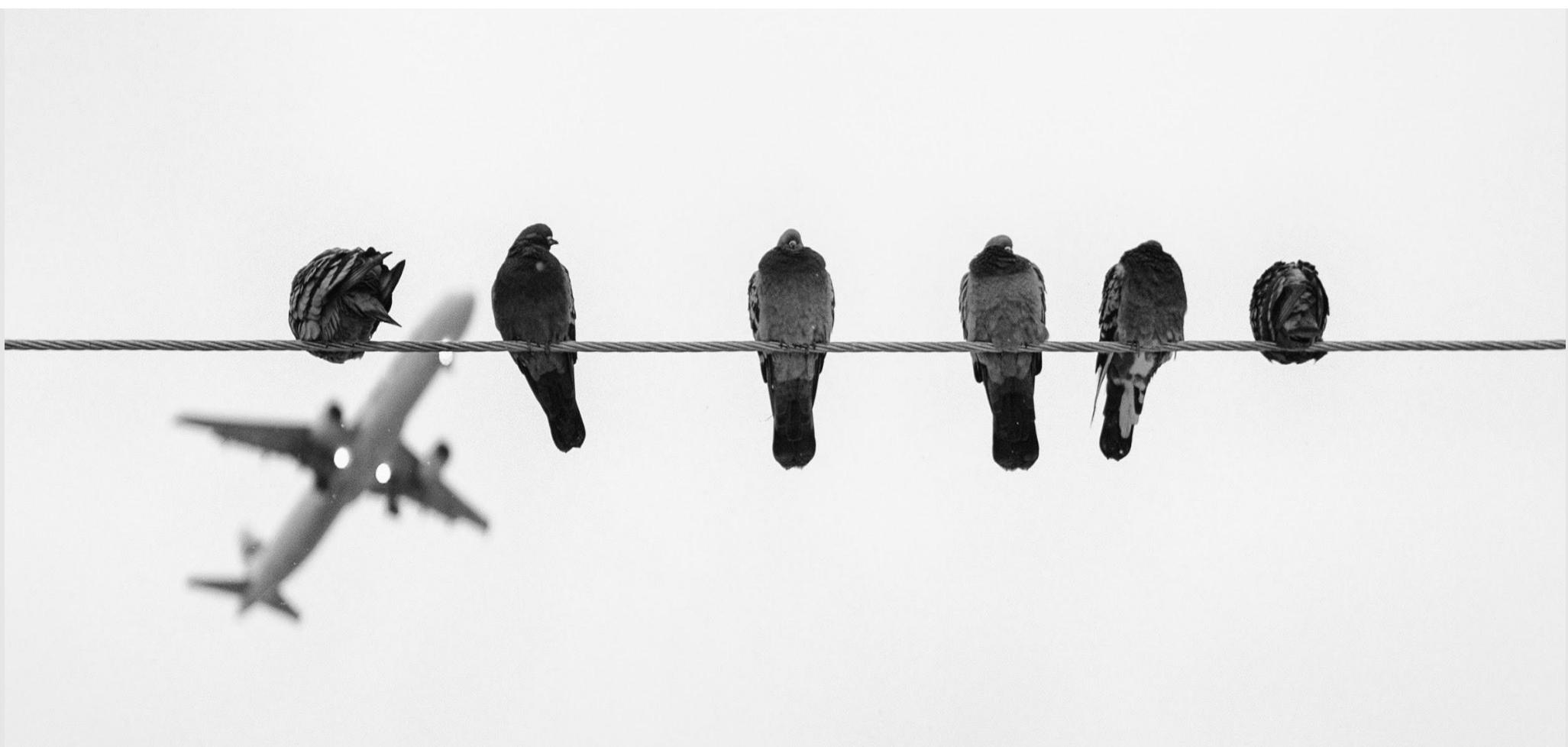


Emociones



Innovación

Campañas de Referidos



Más de lo Bueno

Define tus Objetivos

Planea los Incentivos

Comunícate con tus
consumidores

Rastrea los Resultados

Modifica & Agradece



Herramientas



viral loops



ReferralCandy

P

Become a Product Hunt Ambassador 😍

Invite your friends to join and we'll send you Product Hunt swag

f | share

t | tweet

m | send

e | email

Share your unique link

https://ambassador.producthunt.com/@sofia_maradiaga

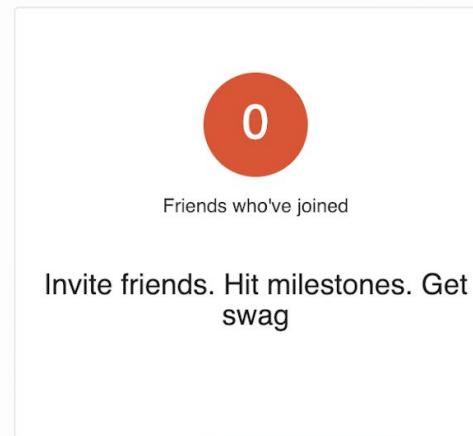


with ❤ by Viral Loops

0

Friends who've joined

Invite friends. Hit milestones. Get swag

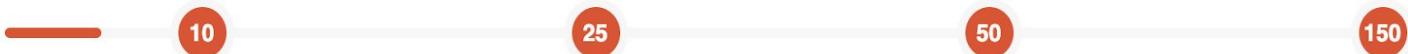


The rewards

0

Friends who've joined

Invite your friends to get more referrals



Sticker Pack



T Shirt



Socks



Golden Kitty Award

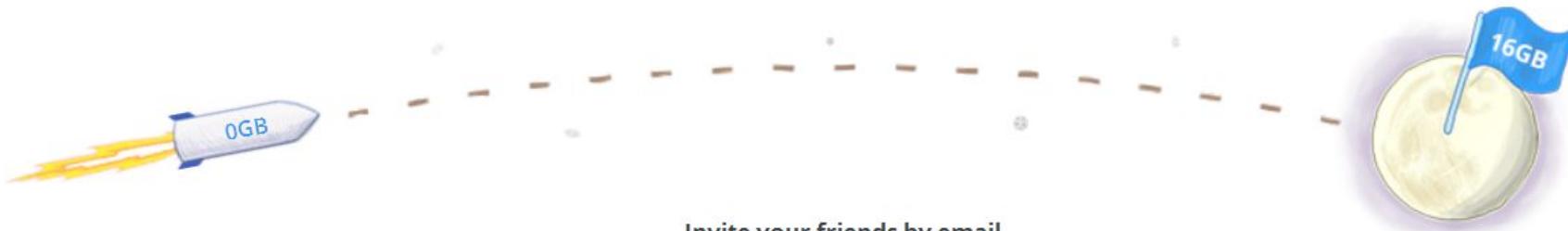
with ❤ by Viral Loops



Brandon Gains ▾

Get up to 16 GB of free space by inviting your friends to Dropbox!

For every friend who joins and installs Dropbox on their computer, we'll give you both 500 MB of bonus space (up to a limit of 16 GB)!
If you need even more space, [upgrade your account](#).



Invite your friends by email

Add names or emails

Send

More ways to invite your friends

Copy link

<https://db.tt/Qp2DWlfX>

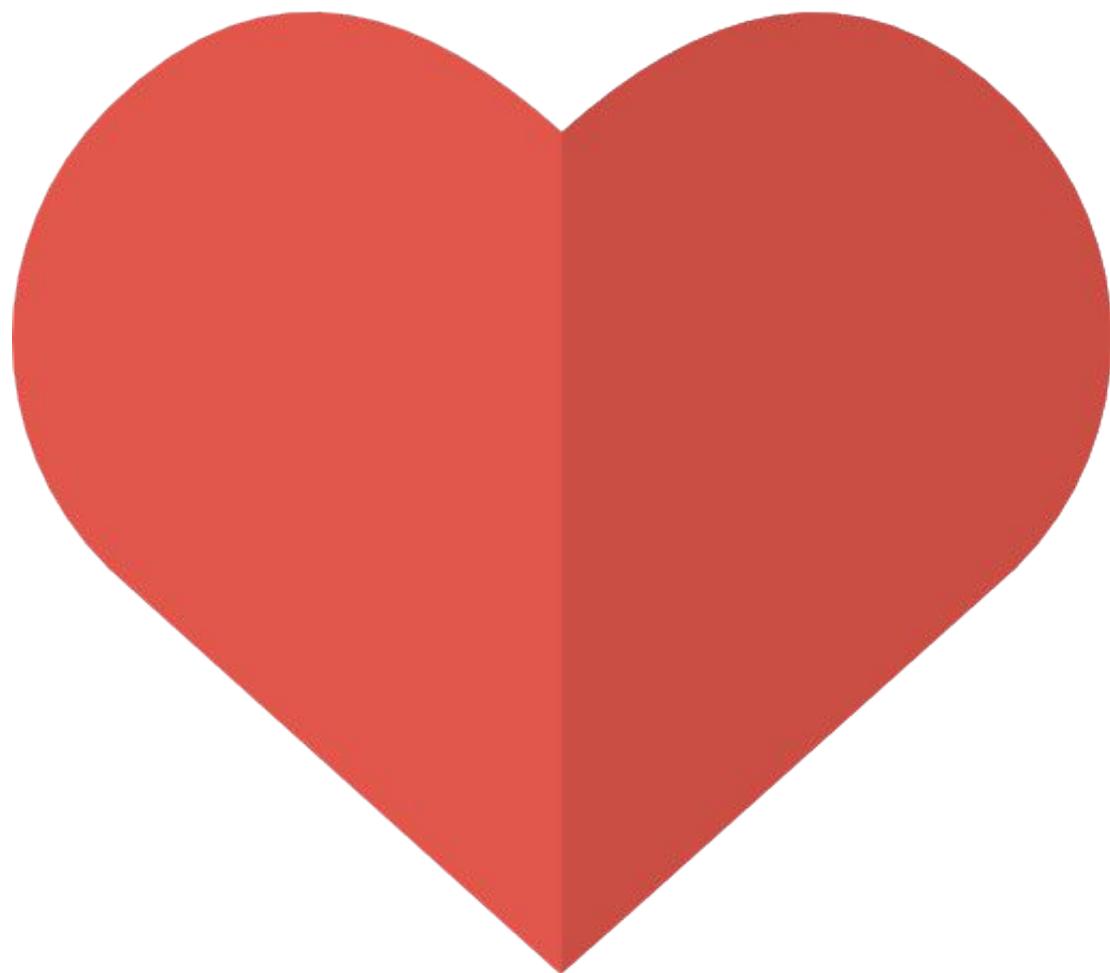
Tesla Referral Program

Receive a \$1,000 credit when you order a new Model S or Model X.



Generación de Demanda para Crecimiento Sostenible







Leads & Demanda



Lead
Generation

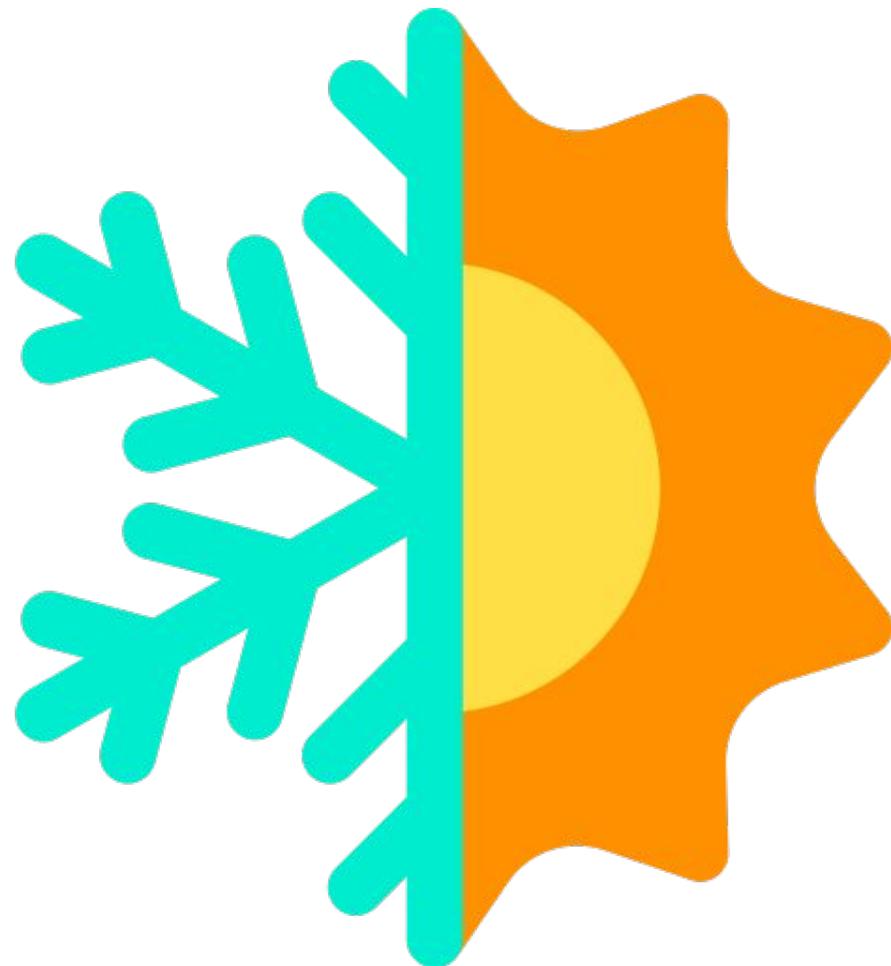


Demand
Generation

Tácticas de Generación

- Exclusividad
- Storytelling
- Relación con una Causa
- Innovación y Desarrollo de Productos
- Incluye a tus usuarios
- Crea Relaciones Estratégicas

Estacionalidad de la Demanda



Objetivos Finalizados

- Conocimos métodos de persuasión.
- Aprendimos lo que es y cómo analizar el LCO.
- Revisamos técnicas de activación y retención.
- Descubrimos cómo analizar la demanda.