



¿CÓMO SEGMENTAR COMO UN VERDADERO GROWTH MARKETER?

Guía informativa y de táctica





Copyright © 2023 por Digirevuelta
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

Segmenta como un verdadero Growth Marketer

¿Cansado de la segmentación tradicional del marketing digital que no da resultados? ¡Nosotros también! Por eso, hemos creado esta guía, que te permitirá segmentar de la mejor manera y conseguir mejores resultados.

Aquí te dejamos algunos de los beneficios que nos trae la segmentación del growth marketing:

- **Aumento de la eficacia publicitaria:** al conocer mejor a tu audiencia, puedes enfocar tus esfuerzos de publicidad en los canales y los mensajes que son más relevantes para ellos, lo que aumentará la eficacia de tus campañas publicitarias.
- **Mejora de la retención de clientes:** al ofrecer una experiencia personalizada y relevante a tus clientes, es más probable que regresen a tu marca y se conviertan en clientes habituales.
- **Reducción de costos de adquisición de clientes:** la segmentación te permite identificar los canales y las tácticas más efectivas para atraer a nuevos clientes, lo que puede reducir los costos de adquisición.
- **Mejora de la lealtad de marca:** la segmentación también puede ayudar a mejorar la lealtad de los clientes a tu marca, ya que estás proporcionando una experiencia personalizada y relevante que los hace sentir valorados.
- **Incremento de la satisfacción del cliente:** al ofrecer una experiencia personalizada y relevante, los clientes se sienten más valorados y satisfechos, lo que puede aumentar su



satisfacción y su recomendación de tu marca a otros.

- **Generación de insights valiosos:** la segmentación también puede proporcionar insights valiosos sobre tu audiencia, lo que puede ayudar a informar la toma de decisiones empresariales y la creación de estrategias de marketing efectivas.

¿Cómo es la segmentación del growth marketing?

La segmentación del marketing digital se enfoca en datos demográficos básicos, mientras que la segmentación del growth marketing se centra en las motivaciones, necesidades y deseos de los clientes.

El Growth Marketing te permite segmentar a tus clientes no solo por edad, género o ingresos, sino por sus deseos, necesidades y comportamientos únicos.

Esta segmentación es más profunda y efectiva porque permite crear mensajes personalizados que conectan con la audiencia de manera emocional y persuasiva.

La segmentación con propósito es una poderosa herramienta para lograr un crecimiento sostenible y duradero.

¿Qué pasos debo seguir para crear una buena segmentación?

#1 Define tu público objetivo

Antes de comenzar cualquier tipo de segmentación es importante tener muy claro a quién nos queremos dirigir. Define el perfil de tu cliente ideal y asegúrate de tener una imagen completa de sus intereses, necesidades, problemas y deseos.



#2 Identifica tus segmentos

Una vez que has definido tu público objetivo, es momento de identificar los diferentes segmentos que existen dentro de él. Estos segmentos pueden ser divididos en grupos como edad, género, ubicación geográfica, nivel de ingresos, entre otros.

#3 Descubre los intereses de tu público

Para hacer una buena segmentación, es importante tener en cuenta los intereses de tu público objetivo. Analiza su comportamiento en redes sociales, blogs y foros, para descubrir qué temas les interesan más y así crear segmentos específicos para ellos.

#4 Analiza el comportamiento de tu audiencia

Con la información que obtuviste sobre tus segmentos, es importante analizar su comportamiento de compra. Descubre cuáles son las motivaciones detrás de sus decisiones de compra y qué acciones realizan antes de tomarlas.

#5 Crea mensajes específicos para cada segmento

Una vez que has definido tus segmentos, es momento de crear mensajes específicos para cada uno de ellos. Utiliza un tono de voz que les hable directamente a ellos y les haga sentir que estás hablando directamente a su situación.

#6 Mide y ajusta constantemente

Es importante hacer seguimiento a los resultados de tus segmentos y ajustar en caso de ser necesario. Analiza qué segmentos están obteniendo mejores resultados y cuáles necesitan ser ajustados para mejorar su efectividad.

#7 Implementa herramientas de segmentación



Existen muchas herramientas disponibles en el mercado que pueden ayudarte a segmentar de manera más eficiente. Desde Google Analytics hasta plataformas especializadas en marketing automation, estas herramientas te permiten crear segmentos específicos y personalizar tu estrategia de marketing para cada uno de ellos.

#8 Sé creativo

No te limites a las formas tradicionales de segmentación. Prueba nuevas ideas, investiga sobre nuevos canales de comunicación y piensa fuera de la caja para encontrar nuevas formas de llegar a tu público objetivo.

Puntos clave para realizar una segmentación efectiva en tu estrategia de Growth Marketing

#1 Identifica a tu audiencia

Define tu público objetivo en términos de características demográficas, psicográficas y conductuales.

#2 Crea una buyer personas

Construye perfiles detallados de tus clientes ideales para entender mejor sus necesidades, deseos y comportamientos

#3 Investiga a tu competencia

Analiza a tu competencia para identificar oportunidades de diferenciación y mejora en tus propuestas de valor.

#4 Utiliza herramientas de análisis de datos

Recopila y analiza datos relevantes de tu sitio web, redes sociales y otras fuentes para conocer mejor a tus clientes y medir el rendimiento de tus campañas.



#5 Aprovecha las redes sociales

Utiliza las redes sociales para escuchar a tu audiencia, crear engagement y obtener insights valiosos para tus estrategias.

#6 Define tus objetivos

Establece objetivos claros y específicos para cada campaña, basados en métricas clave que te permitan medir el éxito.

#7 Crea contenido relevante

Desarrolla contenido valioso y relevante para tu buyer persona, que les ayude a solucionar problemas y satisfacer necesidades.

#8 Usa técnicas de copywriting persuasivo

Utiliza técnicas de escritura persuasiva para llamar la atención de tus audiencias, despertar su interés y motivar su acción.

#9 Prueba y ajusta continuamente

Realiza pruebas A/B para comparar diferentes elementos de tus campañas y ajustarlas en tiempo real, para mejorar su rendimiento y ROI.

Diferencias significativas entre la segmentación del marketing digital y el growth marketing

Como hemos hecho énfasis constantemente en las diferencias entre estas segmentaciones, aquí te exponemos un cuadro comparativo entre ambas, el cual puedes usar como plantilla para adaptar a tu negocio.

Esta es adaptable a cualquier nicho.



Marketing Digital		Growth marketing	
Datos demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Genero • ingresos • Ubicación 	Motivación	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué deseos tiene mi cliente? • ¿Qué sueños tiene? • ¿Qué lo motivaría a comprar? • ¿Qué hago para que mi cliente se conecte con mi marca?
Datos de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad en redes sociales • La navegación en sitios web • Las búsquedas en motores de búsqueda 	Problemas y desafíos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué lo mantiene despierto? • ¿Qué problemas tiene? • ¿Por qué tiene esos problemas?
Segmentación por intereses	<ul style="list-style-type: none"> • Productos que compran • Las páginas que siguen • Temas que le interesan 	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué soluciones le puedo ofrecer? • ¿Qué resultados obtendrá? • ¿Qué beneficios le puedo ofrecer?

Herramientas y plataformas de segmentación

- **Google Ads:** Es una plataforma publicitaria que te permite crear campañas de anuncios en función de los términos de búsqueda de los usuarios, su ubicación geográfica y otros datos demográficos.
- **Facebook Ads:** La plataforma publicitaria de Facebook te permite crear anuncios y segmentarlos por datos demográficos, intereses, comportamientos y conexiones.
- **Google Analytics:** Te permite conocer y analizar el comportamiento de los usuarios en tu sitio web, lo que puede ayudarte a entender mejor sus necesidades y preferencias.



- *Semrush*: Esta herramienta de análisis de SEO y marketing digital, te permite investigar las palabras clave y las tendencias de búsqueda relacionadas con tu nicho de mercado.
- *HubSpot*: Es una plataforma de automatización de marketing que te permite crear campañas personalizadas y segmentadas en función del comportamiento de los usuarios en tu sitio web y sus datos demográficos.
- *Hootsuite Insights*: Esta herramienta de análisis de redes sociales te permite medir la efectividad de tus campañas y realizar un seguimiento de las conversaciones relacionadas con tu marca en las redes sociales.
- *Leadfeeder*: Esta herramienta te permite identificar a los visitantes de tu sitio web y analizar su comportamiento para obtener información útil para la segmentación y personalización de tus campañas.

Recuerda que no todas las herramientas funcionan para todas las empresas y nichos de mercado, así que es importante que hagas una investigación y selecciones las que mejor se adapten a tus necesidades y objetivos de segmentación.

Libros y artículos de interés para crear una excelente segmentación

Libros:

- "Growth Hacking: Supera el reto de crear tu empresa en la era digital" de David Soto.
- "Marketing de Atracción 2.0" de Oscar Feito.
- "Marketing Digital: Métodos y herramientas para hacer marketing en internet" de Gerardo Raúl Parra.

Artículos:



- "La importancia de la segmentación en el marketing de contenidos" de Vilma Nuñez.
- "Cómo hacer segmentación en redes sociales para mejorar tus campañas de marketing digital" de Álvaro Fontela.
- "Segmentación de audiencias en marketing digital" de Maira Ribera.

¡Atrévete a crear una segmentación poderosa y lleva tu negocio al siguiente nivel!

Contáctanos para obtener ayuda en tu próxima campaña de Growth Marketing.





LOS REVOLTOSOS DEL MARKETING