

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

**ESTRATEGIA DE ATRACCIÓN Y
CONVERSIÓN**

¿Qué son las estrategias de conversión?

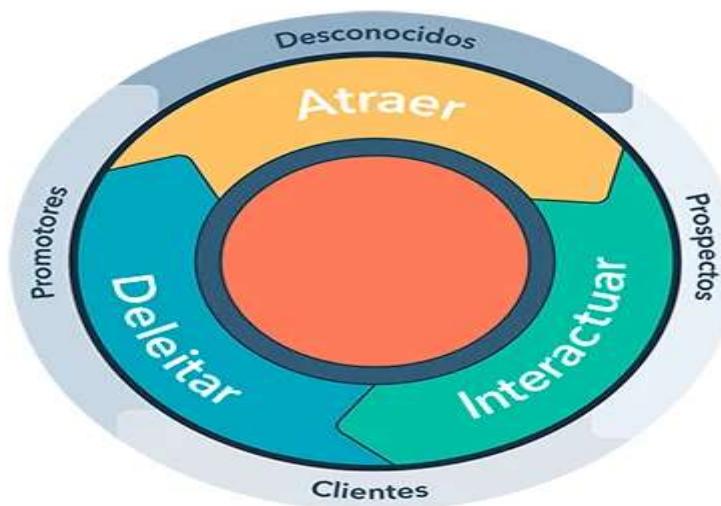
Estrategias de conversión

Teoría de las estrategias de conversión

En definitiva, las estrategias de conversión tienen como objetivo lograr acciones en cada una de las etapas por las que pasa un usuario, comenzando con el interés por un producto, hasta que realiza una compra y se convierte en cliente que necesita ser fidelizado.

¿Cómo se da el proceso de la conversión en Inbound Marketing?

- El Inbound Marketing es una metodología comercial con un enfoque hacia el crecimiento a través de crear relaciones significativas y duraderas con los prospectos o clientes. Para esto, se basa completamente en captar clientes con contenido valioso y experiencias personalizadas.
- Las estrategias basadas en Inbound Marketing dan al cliente respuestas a sus necesidades personales, les hablan a los prospectos en su idioma, según sus expectativas y sus deseos. En resumen: son estrategias basadas en contenidos, que buscan acompañar al cliente en todas las etapas de su buyers journey que siguen con tu empresa. Para cumplir sus objetivos, las estrategias de Inbound Marketing cumplen con un ciclo de tres pasos:



- 1. Atraer:** captar atención de los potenciales clientes con contenido de valor que te haga un referente de conocimiento sobre el tema. Por ejemplo, si tu negocio vende ropa, es importante que tu contenido hable sobre moda demostrando experiencia y conocimiento profundo del tema.
- 2. Interactuar:** ofrecer soluciones e información que respondan a las necesidades y problemas de los potenciales clientes, mostrando tu producto o servicio como la solución más evidente.
- 3. Deleitar:** proporciona asesoría, herramientas e información para ayudar a cerrar la conversión.

Estrategias de conversión en la práctica

Cómo poner en práctica estrategias de conversión que mejoren mi tasa de conversión. Para hacerlo aún más sencillo, vamos a dividir estas estrategias ofreciéndote ejemplos para cada uno de los procesos descritos antes (atraer, interactuar, deleitar). Recuerda que es fundamental que definas tu propuesta de valor, pues esta es la base de cualquier estrategia de Inbound Marketing. X3media puede asesorarte en cada paso, escríbenos y programa una asesoría personalizada.

Ejemplos de estrategias de conversión para atraer clientes:

1. Fija tu buyer persona:

- Es probable que una persona que tiene una edad avanzada y busca estrategias para combatir los signos de la edad esté interesada en productos antiarrugas o aclarantes, si este es tu producto, este es también tu cliente ideal.
- Crea su perfil a partir de sus necesidades y sus características demográficas.

2. Buen diseño de tu página web:

- Puede ser que atraigas visitantes a tu página web, pero si la página web es caótica, poco intuitiva y agobiante, tu usuario se irá pues no encontrará lo que busca. A la hora de vender productos para mascota, por ejemplo, deberías asegurarte de que el usuario pueda filtrar fácilmente por categorías: juguetes, concentrados, medicamentos, accesorios. Luego, para que no abandone el carrito deberías ofrecerle múltiples medios de pago que le permitan pagar fácilmente y de forma segura.



3. Da una propuesta de valor diferenciador:

- Si estás vendiendo carcasa para celular, podrías crear una sección en tu página web donde los usuarios creen su propio diseño, en el que puedan incluir fotos y jugar con los colores.

4. Crea contenido para tu *buyer persona*:

vender libros puede ser una gran oportunidad para que redactes contenidos de interés para los lectores.

- Por ejemplo, en lugar de hacer un slide de fotos con los más vendidos, agrúpalos en un top de los mejores libros escritos por mujeres, donde cuentes un poco de cada libro y pongas un enlace para comprar cada uno.
- Este contenido se ajustará al perfil de personas interesadas en literatura escrita por mujeres y tendrás un mayor chance de lograr que ellos se conviertan en tus clientes.

4. Crea contenidos claros y bien escritos:

- Un texto confuso o con errores de ortografía puede hacer que tu visita se marche luego del primer párrafo. Si lo que quieres es vender un curso de macramé, divide tu texto en títulos y en párrafos cortos. Explica qué es, para qué sirve, qué conseguirá el cliente al final y describe la tranquilidad y la paciencia que da tejer macramé.

5. Da valor en tu contenido:

- Para vender relojes digitales con funciones para personas que hacen ejercicio, podrías crear contenido que hable de la importancia de contar carbohidratos o de medir los kilómetros, recomendando aquellos relojes que mejor cumplen cada función en tu e-commerce y contando cuál recomiendas para cada práctica deportiva y por qué.

6. Segmenta tu contenido:

- Si vendes comida para gatos, quizá los dueños de perros no sean tus compradores. Elige bien las palabras clave en tu SEO, haz campañas de Facebook Ads y aprovecha la segmentación a tu favor para elegir a quién se le muestra el contenido.

¿Qué es la conversión en marketing?

- La conversión en marketing hace referencia al proceso de transformar a los visitantes de un sitio web o usuarios de redes sociales en clientes potenciales o clientes reales.
- Es el paso crucial que lleva a los usuarios desde la simple interacción hasta la acción deseada, ya sea realizar una compra, suscribirse a un servicio o descargar un recurso.

Inbound Marketing

- El Inbound Marketing se ha convertido en una estrategia de conversión fundamental que se centra en atraer a clientes potenciales de manera no intrusiva, utilizando contenido valioso y relevante.
- El Inbound Marketing se ha convertido en un pilar esencial para las empresas que buscan conectar su audiencia de manera auténtica.

Algunas de las acciones que engloban esta estrategia son:

- Creación de contenido atractivo
- Optimización para motores de búsqueda (SEO)
- Uso estratégico de redes sociales
- Recursos descargables
- Automatización del Marketing



¿Qué son las estrategias de atracción?

Es la estrategia de mercadeo con el objetivo principal de atraer clientes y seguidores potenciales para nuestra marca, brindándole la información que realmente es de su interés, con el uso de diferentes formatos para mayor interacción, como los artículos, videos, infografías en los canales de comunicación de tu empresa .

1 .-Una estrategia de atracción, usa la publicidad con el fin de aumentar las ventas de un producto o servicio de la empresa.

Es la estrategia de mercadeo con el objetivo principal de atraer clientes y seguidores potenciales para nuestra marca, brindándole la información que realmente es de su interés, con el uso de diferentes formatos para mayor interacción, como los artículos, videos, infografías en los canales de comunicación de tu empresa. Esta estrategia se enfoca especialmente para proveer de información a su público objetivo.

2.- Cuando una publicidad de algún producto en la televisión, aparece un personaje usándolo, es una estrategia de atracción, como el caso de juguetes de niños.

- Estos niños piden a sus padres los juguetes, estos a comerciantes o minoristas y estos a los fabricantes.
- Otra estrategia incluye las promociones de ventas, ofreciendo descuentos u ofertas de dos por uno y la demanda de la construcción a través de sitios de medios sociales como YouTube.



