



**Guía de campaña
para socios**

Protección a un click

2021

kaspersky

Obtenga más información en
latam.kaspersky.com

Protección en un instante

Esta guía le permitirá sacar el máximo partido de la campaña de marketing de Kaspersky Endpoint Security Cloud.

Todos los instrumentos y materiales que necesita para tener éxito están a su disposición. Esta guía le indicará cómo utilizarlos junto con el motor de marketing para pymes. Siga estos pasos si desea crear una campaña exitosa con resultados concretos y cuantificables.

Comencemos por una descripción general del tema de la campaña, el público objetivo y el mensaje general.

Objetivos de la campaña y público objetivo

Buscaremos comunicarnos principalmente con administradores de TI: son, en general, los responsables de elegir e instalar nuestro software.

Frase publicitaria de la campaña: Protección a un click.

Objetivos: La campaña busca acompañar el crecimiento en la demanda de KES Cloud.

Público objetivo:

Función	Administradores de TI, tanto permanentes como "freelance"
Segmento(s) de interés	Pymes con entre 25 y 250 empleados

Bloques de texto

Estos textos breves preparados de antemano pueden utilizarse en todas sus actividades de marketing, ya sea en correos electrónicos, folletos o resúmenes web.

Bloques de texto de 25 palabras

- Este 2021, nuestra tecnología Endpoint Detection and Response para pymes es gratis con Kaspersky Endpoint Security Cloud. Vea lo invisible. Seguridad integral que hace más.

Bloques de texto de 50 palabras

- Logre más con sus aptitudes y su presupuesto. Este 2021, Kaspersky Endpoint Security Cloud incluye gratis nuestra tecnología EDR. Resuelva todas sus preocupaciones de seguridad y haga realidad el trabajo sin riesgos para el personal remoto. Seguridad Kaspersky, para pymes que necesitan más.

100 palabras

- Logre más con sus aptitudes y su presupuesto. Este 2021, Kaspersky Endpoint Security Cloud le permitirá reforzar su seguridad con nuestra tecnología EDR sin costo. Disfrute de una solución automatizada y fácil de configurar, que podrá mantener desde la nube dedicándole solo 15 minutos por semana. Resuelva todas sus preocupaciones de seguridad y haga realidad el trabajo sin riesgos para el personal remoto. EDR le permitirá ver lo invisible, investigar sin rodeos y responder sin dilación. Sepa sin dudas dónde se originó un incidente, qué afectó y cómo puede contrarrestar sus efectos. Seguridad Kaspersky, para pymes que necesitan más.

Lanzamiento de su campaña: por dónde empezar

Las mejores campañas tienen objetivos y metas específicas, con una idea clara de lo que se quiere lograr o cuantificar. Estos pasos le llevarán desde la preparación previa al lanzamiento hasta la evaluación posterior a la campaña.

Antes del lanzamiento

1. Definición del público objetivo según la descripción de esta guía	Use la descripción de público objetivo.
2. Selección del mensaje clave	Use la frase publicitaria de la campaña
3. Preparación del equipo de ventas	Compruebe que los jefes de ventas hayan completado la capacitación en ventas para Kaspersky Endpoint Security Cloud en el portal para socios.
4. Planificación de la campaña integrada	<p>Determine el conjunto de herramientas de marketing: Visite la sección de campañas de marketing en el portal de socios y descargue materiales listos para usar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mensajes de correos electrónicos directos• Campaña digital• Telemarketing <p>Agregue el logotipo y los datos de contacto de su empresa a los materiales.</p>
5. Establecimiento de KPI	Establezca los KPI de acuerdo con las herramientas de marketing. Encontrará más información sobre los KPI en la sección Herramientas de marketing de esta guía.
6. Diseño del flujo de captación de clientes potenciales	Asegúrese de contar con un sistema de captación de clientes potenciales. Coordine con el equipo de ventas el seguimiento que se les dará a dichos clientes potenciales.

Ejecución

Lance la campaña

Después del lanzamiento

1. Evalúe sus resultados	Compare los KPI con los resultados.
2. Haga el seguimiento de los clientes potenciales	<p>Organice el flujo de consolidación:</p> <ul style="list-style-type: none">• Paquete para clientes actuales (para incitar a sus clientes a cambiar de versión o conseguir renovaciones/migraciones anticipadas)• Paquete para clientes nuevos (para incitar a sus clientes a probar el producto y generar ventas en línea)
3. Analice los resultados de las ventas	Calcule el efecto de la campaña sobre los ingresos.

Herramientas de marketing: qué utilizar y cuándo

Desde las campañas digitales hasta las iniciativas de televenta inteligentes, todos los consejos y la orientación que necesita para tener éxito (y cuantificarlo) están en esta sección.

Campaña digital

Canales:	KPI:
<ul style="list-style-type: none">• SEO• Búsqueda paga• Redes de visualización• SMM• Publicidad nativa• Retargeting/remarketing• Público similar	<ul style="list-style-type: none">• Impresiones• CTR (tasa de clicks) = $\text{n.º de impresiones} / \text{n.º de clicks}$• Visitas a la página• Número de interacciones (descargas, clicks para COMPRAR, clicks para comunicarse)• CPC (costo por click) = $\text{presupuesto de la campaña} / \text{n.º de clicks}$• Conversión de salida = $\text{n.º de clicks en el botón COMPRAR} / \text{pedidos completados}$• CPA (costo por adquisición) = $\text{presupuesto de la campaña} / \text{n.º de pedidos completados}$
Materiales:	Importante:
<ul style="list-style-type: none">• Anuncios• Publicidad de texto• Contenido para redes sociales	<ul style="list-style-type: none">• Información en la página de destino = palabras clave de búsqueda• No utilice palabras que el proveedor utilice como marca (por ejemplo, "Kaspersky") ni nombres de productos, como "Kaspersky Endpoint Security".• Piense adónde dirigir el tráfico• La página de destino es clave para el éxito.• Facilite el proceso de cumplimentación de formularios y finalización de la compra.

Búsqueda paga

La publicidad de búsqueda pagada es un método de marketing donde se paga para que el sitio web aparezca en las secciones de anuncios pagados de los resultados relevantes del motor de búsqueda. Al seleccionar los términos que sus clientes ideales buscarían al utilizar los motores de búsqueda, puede crear anuncios que aparezcan en las páginas de resultados de los motores de búsqueda.

Ventajas:	¿En qué debe pensar?
<ul style="list-style-type: none">• Una forma rápida de estar entre los primeros resultados de búsqueda• Puede administrar el costo por click• Puede ver los resultados en tiempo real y configurar el PPC• Coloque el resultado de búsqueda en la página de inicio exacta	<ul style="list-style-type: none">• Palabras clave• PPC (pago por click)• Inversión coherente

SEO (posicionamiento en buscadores)

El posicionamiento en buscadores es el proceso de optimizar su sitio web y su contenido para que los motores de búsqueda puedan indexarlo con facilidad.

Ventajas:	¿En qué debe pensar?
<ul style="list-style-type: none">• NO se necesitan inversiones continuas para promocionar el sitio• Trae un tráfico orgánico oportuno	<ul style="list-style-type: none">• Contenido de las páginas• La agencia digital adecuada para la optimización• La vinculación a su página con distintos recursos, entre ellos las páginas internas• Descripción de su página web

Redes sociales

El 79 % de los adultos usan las redes sociales, lo que las convierte en una buena forma de extender su alcance.

Recursos propios:	Recursos públicos:
<ul style="list-style-type: none">• Gratis• Clientes leales• Comunicación y comentarios, ambos interactivos	<ul style="list-style-type: none">• Ayudan a aumentar la penetración de espacios en blanco• Pueden llegar al público objetivo correcto• Buenos para la difusión de contenidos

Cómo reutilizar y reciclar el tráfico de la página

Retargeting	Publico similar
<ul style="list-style-type: none">• Muestre anuncios con el mismo mensaje• Muestre un recordatorio para completar la compra• Muestre un mensaje convincente con situaciones de aumento de ventas	<ul style="list-style-type: none">• Público objetivo con el mismo comportamiento e intereses.

Televentas y telemarketing

- Instrumento eficiente para la generación de demanda (tasa de conversión a acuerdos cerrados o ganados de entre un 2 % y un 5 %)
- Cuantificable y rastreable

Tipos:	KPI:
<ul style="list-style-type: none">• Telemarketing interno• Agencia de terceros	<ul style="list-style-type: none">• N.º de toques• N.º de clientes potenciales• Tasa de conversión• Tasa de ganancia
Materiales:	Importante:
<ul style="list-style-type: none">• Base de datos de clientes• Telescript• Cartas de seguimiento	<ul style="list-style-type: none">• Creación de perfiles de bases de datos• Preparación de teleagentes• KPI correctos

Televentas y telemarketing: trucos y consejos

Lista de clientes potenciales: El factor más importante para el éxito. Cerciérese de que sea bueno y apropiado.

Agente: Una persona que sabe comunicarse con claridad y que está capacitada en el telemarketing. Los agentes deben ser activos, estar motivados y tener una buena comprensión de los productos y servicios que promueven.

Guión: Llamado a la acción en dos pasos. Durante la llamada, puede ofrecerle al interlocutor alguna clase de material que pueda ser de su interés (un documento técnico, por ejemplo) mientras le hace preguntas calificadoras y lo invita a registrarse para que evalúe la solución.

Sistema telefónico: Si piensa realizar actividades de telemarketing con personal propio en forma frecuente, invierta en software que le permita disminuir el número de operaciones manuales.

Flujo promedio en el telemercado B2B:

- Comunicación con el responsable de la toma de decisiones: 50 % a 60 %
- Conversación de ventas provechosa: 20 % a 30 %
- Demostración programada: 10 % a 15 %

Marketing compartido: campaña para Kaspersky Endpoint Security Cloud

Para quienes formamos Kaspersky, el éxito de nuestros socios es nuestro éxito. Estamos para ayudarlos a desarrollar sus negocios, lograr mayor presencia en el mercado y aumentar sus ingresos.

Por ello, queremos convocar a todos nuestros socios. Descubra los recursos de marketing que tenemos para ofrecer y comience a beneficiarse cuanto antes con nuestras oportunidades de marketing compartido.

1. Visite partners.kaspersky.com
2. Abra la pestaña "Marketing" y luego vaya a la pestaña "Campaña".
3. Busque una campaña de su interés.
4. Seleccione y descargue los materiales necesarios.

En lo que respecta a la actual campaña de **Kaspersky Endpoint Security Cloud**, cuenta con toda una serie de materiales de marca compartida para incentivar a sus clientes: bloques de texto, paquetes de correos electrónicos, textos para páginas de destino, banners digitales, kits para televentas, recursos para redes sociales, contenidos premium y más.

- **Paquetes de correos electrónicos.** Modifique los mensajes para adaptar el texto a la medida de cada cliente actual o potencial que considere prometedor. Personalice los botones de llamada a la acción y los vínculos de asistencia. Agregue el logotipo y las vías de contacto de su empresa, así como los datos de las redes sociales que utiliza. Descargue documentos de Word editables o archivos HTML para modificar en un editor.

Please place your logo here
(web-site link is optional)



Free EDR preview with Kaspersky Endpoint Security Cloud Plus for 2021

Dear <CUSTOMER>

You couldn't have chosen a better time to explore our flagship SMB solution, Kaspersky Endpoint Security Cloud.

For the first time ever, we're offering a FREE preview of Endpoint Detection and Response (EDR) functionality with Kaspersky Endpoint Security Cloud Plus, for the whole of 2021. And we're proud to say that we haven't found any similar offerings from our competitors.

EDR will take your security posture to the next level, bringing elite investigation and response capability right to your fingertips. The best part is that it's all controlled via the same simple and efficient cloud-based console, and won't require any infrastructure changes.

Aside from EDR, here's what you'll get with Kaspersky Endpoint Security Cloud Plus:

- File, Web, Mail Threat Prevention
- Firewall
- Network Attack Blocker
- Ransomware and Exploit Prevention
- Vulnerability assessment
- Cloud Discovery – say goodbye to shadow IT by uncovering employee use of unauthorized/risky cloud services
- Cloud Blocking – block unauthorized/risky cloud services use
- Microsoft Office 365 protection
- Endpoint Detection and Response (2021)
- Web Control
- Device Control
- Encryption Management
- Patch Management

Even though it's bursting with life-changing features, the solution is unbelievably easy to use.

You don't have to take our word for it – you can try Kaspersky Endpoint Security Cloud Plus today.

Please customize CTA if needed (add your links, assets, etc)



TAKE A FREE TEST DRIVE

Best regards,
<please place your brand name here>

- **Bloques de texto.** Copie y pegue en sus propios materiales de marketing una serie de textos persuasivos que hemos preparado con las ventajas clave del producto y otros atributos de la campaña.
- **Página de destino.** Le ofrecemos una solución "llave en mano", compuesta por una plantilla con el diseño de Kaspersky y contenidos creados para toda la campaña. Si no desea usar nuestro diseño, puede crear la página de destino por su cuenta e incorporar en ella los textos que han redactado nuestros expertos.

kaspersky

Protection at a snap

Affordable, easy to install and really fast, Kaspersky Endpoint Security Cloud is designed for smaller businesses with greater goals.

Test-drive today

Learn more

Got a web browser and 15 minutes a week? You're all set

Get a free preview EDR functionality for 2021

We take small business security very seriously so we're bringing automated Extended Detection and Response functionality to your fingertips for 2021. You'll get unbelievable visibility, with straightforward investigation and effortless response, to detect threats, reveal their full scope and origins and support timely mitigation. We haven't seen any other vendors offering anything as advanced as this for growing businesses.

Read more

Flexible and resilient

Across the world, growing businesses are revolutionizing their approach to cybersecurity, saving time, money, data, and stress by using Kaspersky Endpoint Security Cloud.

We've made it easy for you to solve the full range of IT security challenges, providing total resilience for remote working, hot-desking and whatever tomorrow brings. It's flexible too, delivering optimal resource utilization for growing businesses.

Read more

The power of an extra hour

By switching to Kaspersky Endpoint Security Cloud's time-saving cybersecurity technology, you could experience the powerful potential of a 25-hour day. Imagine what you could do with that extra time – especially when you've also got the confidence that comes from knowing your business is

Push-of-a-button protection keeps smaller businesses safe wherever they are

Learn more

Please place your logo here

Take control with Kaspersky Endpoint Security Cloud 2021 all-in-one solution including Cloud Discovery and free EDR

Learn more

Please place your logo here

Go places with agile protection via easy to use cloud console for smaller business

Learn more

Please place your logo here

- **Kit para televentas.** Adapte la información y los argumentos de su discurso de ventas, así como los correos de seguimiento, a la medida de cada cliente actual o potencial que considere prometedor.
- **Redes sociales.** Personalice mensajes breves para publicar en Twitter, LinkedIn, Facebook y otras plataformas sociales.
- **Contenido premium: infográficos, artículos técnicos, notas e informes.** Agregue el logotipo y los datos de contacto de su empresa, incluya enlaces a sus redes sociales y personalice los vínculos de asistencia.

¿Qué debe hacer para personalizar los materiales de marketing? Inserte los vínculos pertinentes en la línea de descripción que verá en el portal de socios de Kaspersky. Con ello podrá encontrar, abrir y modificar todos los archivos fuente de los materiales de marketing.

Ponemos una sola condición: cuando un socio de Kaspersky prepara cualquier tipo de material publicitario o de marketing con marca compartida, debe enviarlo a Kaspersky para que lo aprobemos antes de su publicación.

¡Comience a ganar hoy mismo con nuestras oportunidades de marketing de marca compartida!

Noticias sobre ciberamenazas: www.securelist.com
Noticias sobre seguridad de TI: business.kaspersky.com

www.kaspersky.com

kaspersky **BRING ON
THE FUTURE**