

Te ayudamos a hacer crecer tu negocio



Sneakerlost
#LOVEMARKETING

índice

1. Introducción ➡
2. Creación de tráfico ➡
3. Generación de leads ➡
4. Crecimiento de los ingresos ➡
5. Mejora del ROI ➡



Introducción

“

**NUESTRO
OBJETIVO ES
MEJORAR EL ROI DE
MARKETING Y EL
CRECIMIENTO
DEL NEGOCIO
DE NUESTROS
CLIENTES.**

El éxito en inbound se mide por la capacidad de atraer a las personas adecuadas, convertirlas a través de contenido original e irresistible y guiarles a lo largo del proceso de conversión, consiguiendo con ello su confianza y la venta final.

”

**CREACIÓN
DE
TRÁFICO**



**GENERACIÓN
DE
LEADS**



**CRECIMIENTO
DE
INGRESOS**



**MEJORA
DEL
ROI**



El mundo de los negocios busca una nueva filosofía, una nueva manera de hacer las cosas, que permita recuperar la confianza de sus clientes, establecer un nuevo estándar de credibilidad a sus negocios y aumentar las ventas en un entorno tan competitivo como el actual.

Esto último es un aspecto de importancia radical. La implantación de la metodología Inbound debe estar destinada al cierre de ventas; de lo contrario, no será más que un interesante ejercicio de derroche de recursos.

1. Nuestro proceso

A - Realizamos un análisis profundo de cada negocio

Conocer cada negocio es algo más que realizar cuatro preguntas. Implica desarrollar un proceso sistemático desde el que entender todo lo que hace que un negocio funcione: mercado, modelo de negocio, producto, consumidores, competencia, proceso de ventas, plan de marketing...

Analizamos todos los puntos de un negocio, lo que permite tener una visión 360º del mismo, del equipo y de lo que necesita para alcanzar el éxito. Además, colaboramos con nuestros clientes para ayudarles a definir los objetivos adecuados y cómo podemos colaborar para mejorarlos.



B - Búsqueda exhaustiva de oportunidades

Si estás buscando una agencia es porque necesitas resultados. Nuestras estrategias de inbound marketing contienen un análisis detallado de cada web y las diferentes tácticas y estrategias que son necesarias para conseguir el éxito, englobadas dentro de las cuatro grandes áreas de trabajo que conformarán la estrategia:

1. **Atraer el tráfico adecuado**
2. **Generar leads eficientemente**
3. **Convertir el lead a cliente**
4. **Mejorar la rentabilidad por cliente y conseguir su prescripción**

Mostramos cuáles son las fortalezas, debilidades y oportunidades con las que hacer crecer el negocio. Desde la creación del contenido al social media, desde el SEO a la optimización de la conversión.

C - Elaboración del Plan de Marketing

Nuestro plan estratégico se desarrolla de forma exhaustiva y personalizada para cada empresa. Es el resultado de un proceso de aprendizaje a través de preguntas realizadas a miembros de la empresa, el análisis profundo de cada sector, de las oportunidades y contempla las recomendaciones para las campañas iniciales.

Nuestro equipo senior de estrategia y consultoría sabe que cada sector, cada producto y cada cliente es único.



2. Un primer plan trimestral

La culminación del plan de marketing es la entrega de tu primer plan trimestral de inbound marketing. Este plan incluirá un plan semanal con las acciones específicas que recomendamos para arrancar las primeras campañas.

Al contrario que la mayoría de agencias, que ofrecen planes a largo plazo, nosotros trabajamos con calendarios de 90 días de duración. Esto nos permite manejar un plan flexible que facilita la incorporación de las oportunidades que surgen desde el análisis de los resultados o desde los movimientos que se dan en un mismo sector.





Creación de tráfico

“

**ATRAEMOS UN TRÁFICO DE MAYOR CALIDAD
RESOLVIENDO, A TRAVÉS DEL CONTENIDO, LOS
PROBLEMAS QUE TIENEN LOS CLIENTES
POTENCIALES Y PROMOCIONÁNDOLO A TRAVÉS DE
BLOGS, REDES SOCIALES, BUSCADORES Y OTROS
CANALES DIGITALES.**

¿CÓMO LO HACEMOS?

”

ATRAEMOS MÁS PROSPECTS. LOS ADECUADOS

Nuestro equipo de expertos en inbound marketing y certificados en Hubspot, te garantizarán que no solo estás haciendo crecer el tráfico en tu web, sino que además lo estás haciendo con el tipo de tráfico que realmente quieres. Nuestros expertos colaborarán contigo y tu equipo para crear y ejecutar una estrategia personalizada, con la que hacer crecer el tráfico a tu web y el engagement con las visitas recibidas, con el objetivo de conseguir los resultados óptimos.

1. Hacer crecer el tráfico y demostrar habilidades con el blog

Tu blog se convertirá rápidamente en el eje principal del plan de inbound marketing. Con nuestro programa de blogging creamos el contenido adecuado con el que atraer prospects, a la vez que construimos la reputación. Las campañas tienen un equipo dedicado de redactores con experiencia en cada sector.

Esto permite a nuestros clientes dedicar más tiempo a su trabajo y menos en corregir el nuestro.



2. Potenciar el alcance y la influencia en las redes sociales

El éxito en las redes sociales no viene determinado por el número de canales de los que se dispone. Se trata de elegir los canales adecuados para cada negocio, vincular influencers y crear un potente canal de distribución para el contenido. Integramos la estrategia de redes sociales con el plan de marketing y nos aseguramos de situar a nuestros clientes en el centro de las conversaciones sociales de su sector.



3. Keyword Research y SEO

Los buscadores intentan ofrecer los mejores resultados posibles a sus usuarios, por lo que una sólida estrategia SEO es una de las claves que debemos tener en cuenta a la hora de abordar una estrategia de inbound marketing. El SEO se convertirá en una herramienta clave de tu plan de marketing.

4. Acelerar el tráfico con PPC Social Ads

El tráfico de pago y los social ads son una parte importante en una estrategia de inbound marketing. No solo para conseguir llevar más rápidamente tráfico a la web sino, también, para testar el rendimiento de nuevas ofertas y campañas. Te ayudamos a usar estas herramientas de forma rentable, acelerando la estrategia.



Generación de leads

“

OPTIMIZAMOS EL **PROCESO** DE CONVERSIÓN DE **LEADS**,
A TRAVÉS DE UN **POTENTE CONTENIDO** Y UN CLARO
PROCESO DE **CONVERSIÓN**, QUE PERMITE TANTO
CONSEGUIR **NUEVOS** LEADS COMO **APORTAR** AL
DEPARTAMENTO DE VENTAS **VALIOSOS INSIGHTS** CON
LOS QUE **TRABAJARLOS**.

¿CÓMO LO HACEMOS?

”

CONVERTIMOS **MÁS LEADS** Y AMPLIAMOS TUS OPCIONES DE VENTA

Nuestro equipo de expertos en inbound y Hubspot sabe cómo ayudar a nuestros clientes a generar más leads de calidad.

A través de la creación de ofertas estratégicas y el despliegue de las rutas de conversión adecuadas, capaces de convertir de forma eficaz visitas en leads, optimizamos los procesos con vistas a mejorar los resultados de negocio.

1. Ofertas irresistibles que impactan entre los clientes

Nuestro equipo de expertos en inbound trabaja en equipo con nuestros clientes, con el objetivo de comprender correctamente su ciclo de ventas y sus buyer persona. A partir de este punto desarrollamos una estrategia de contenidos eficaz, desde la que lanzar ofertas específicas a cada persona y momento del ciclo de compra en el que se encuentra. Esto asegura que cada persona tiene la respuesta que busca cuando la necesita.



2. Potenciar el alcance y la influencia en las redes sociales

Optimizar la generación de leads significa asegurarse de que todos los puntos del proceso de conversión funcionan correctamente. Esto supone revisar en primer lugar las CTA's, landing pages, thank you pages y emails. Después nos centramos en analizar, recoger los datos y plantear nuestras recomendaciones en base a su estudio. Analizamos absolutamente todo, por lo que sabrás qué está funcionando en tu web y por qué.

3. Email marketing que funciona

Cada suscripción de email es una persona real. Es el momento de tratarles como tal. El email marketing es una herramienta muy potente desde la que alentar a nuestra audiencia a que se relacione e interactúe con nuestro contenido y con el que “nutrir” cada lead a lo largo de las diferentes etapas del ciclo de venta, acelerando su paso por ellas.

Una adecuada segmentación de la base de datos y la creación de los workflows y el contenido adecuados, nos permitirá acelerar el funnel de conversión de venta y, con ello, la mejora de los resultados de negocio.



4. Mayor personalización mediante segmentación del lead

Hacer crecer la base de datos no es suficiente. Segmentar la base de datos en audiencias bien definidas, que tengan necesidades, conductas o características demográficas similares, es lo que puede llevar a las campañas a otro nivel. Ayudamos a entender qué segmentos importan, para incorporarlos a tu plan de inbound marketing, maximizando los ratios de conversión.



PUBLICANDO
**CONTENIDOS QUE
MUESTREN A LAS
PERSONAS QUE
HAS ENTENDIDO
SUS PROBLEMAS
Y CÓMO PUEDES
RESOLVERLOS,
CONSTRUYES
CREDIBILIDAD.**
- ARDATH ALBEE -



Crecimiento de los ingresos

“

MÁS DEL **80%** DE LAS **VISITAS** NO ESTÁN LISTAS PARA **COMPRAR**. USAMOS LA **SEGMENTACIÓN**, EL **LEAD NURTURING** Y LA **AUTOMATIZACIÓN** PARA **ACELERARLES** A TRAVÉS DEL **PROCESO** DE **VENTAS**.

¿CÓMO LO HACEMOS?

”

CONVERTIR LEADS EN **CLIENTES**

El éxito en el crecimiento de los ingresos, depende de lo que ocurra después de conseguir el lead. Nuestro equipo senior de inbound y expertos en Hubspot ayudará a tus leads a avanzar a través del proceso de venta, mostrando a tu equipo de ventas aquellos que están listos para comprar.

1. Puntúa los leads y prioriza tus esfuerzos de ventas

Ayudamos a implementar herramientas de lead scoring que combinan datos demográficos y de comportamiento, para garantizar que el equipo de ventas llama a los leads con más posibilidades de conversión.

2. Email marketing con un propósito

El email marketing es una de las herramientas más potentes que debes tener en tu caja de herramientas inbound. Te ayudamos a diseñar una estrategia de emailing con la que estimular tu capacidad de influencia, mejorar el alcance y los ratios de conversión.

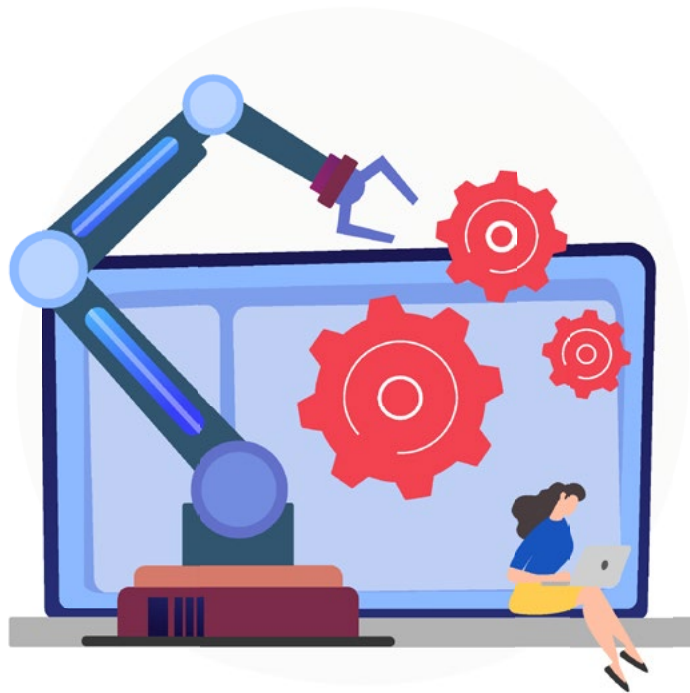
El email continúa siendo una práctica de marketing eficaz por su coste, versatilidad, inmediatez y capacidad de medición



3. Automatiza lo que funciona mejor

La automatización del marketing ayuda a replicar lo que sabes que está funcionando.

Ayudamos a nuestros clientes a implementar herramientas de automatización con las que conseguir mejorar el éxito de sus campañas, sus procesos de conversión y la conversación.



“
LA
AUTOMATIZACIÓN

NO CONSISTE EN
VENDER MÁS,

CONSISTE EN

**ATRAER A MÁS
POTENCIALES
CLIENTES**

Y EN HACER UN
MARKETING MÁS

PERSONALIZADO.
”

5

Mejora del ROI

“

CON EL **FOCO** PUESTO EN EL **ROI** DE **MARKETING**,
DINAMIZAMOS Y OPTIMIZAMOS LAS **CAMPAÑAS**
DE **INBOUND MARKETING** PARA MEJORAR
SU **RENTABILIDAD**.

¿**CÓMO LO HACEMOS?**

”

ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUOS

Como profesionales del inbound marketing, trabajamos permanentemente con el objetivo de hacer crecer los ratios de una amplia lista de KPI's (Key Performance Indicators o indicadores clave de eficiencia).

Métricas que son capaces de enfocarse en mostrar resultados, hablando claro del coste total de marketing, salarios, coste de las campañas, beneficios y, por supuesto, adquisición de clientes. Es la mejor forma de comprender la efectividad de nuestras acciones.

1. Marketing benchmarks

Hay que manejar datos importantes para analizar la marcha de la compañía y promover la toma de decisiones.

Coste adquisición del cliente (CAC)

El coste de adquisición del cliente o CAC, es un ratio usado para determinar el coste medio que tu empresa invierte, para hacer que un consumidor potencial se convierta en un nuevo cliente y adquiera nuestros productos o servicios.

Porcentaje de coste de marketing por cliente adquirido (M%-CAC)

Es la parte del total del CAC, calculada como un porcentaje. El M%-CAC indica cuál es el impacto que tiene el coste del equipo de marketing sobre el coste total de adquisición de clientes.



Ratio del Ciclo de Vida del Cliente (Life Time Value) entre CAC

Es una manera de estimar el valor total que recibe tu empresa por cada cliente, comparado con lo que has invertido para conseguirlo. Es muy importante porque indica el margen bruto que puede generar un cliente desde el comienzo de su ciclo en nuestra empresa hasta que lo finaliza.

Tiempo de recuperación de la inversión CAC

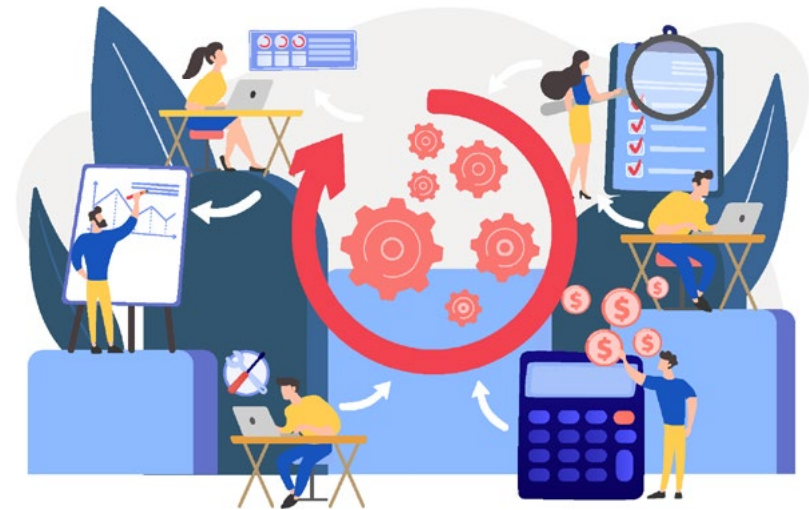
El tiempo de recuperación de la inversión CAC nos dice el número de meses que necesita tu empresa para retornar el dinero invertido en la adquisición de nuevos clientes.

2. Análisis Onsite

Es de vital importancia que realices un análisis profundo de tu web. Su estructura de keywords y ranking, tráfico orgánico y conversión, su optimización para buscadores, la estructura del blog, los porcentajes de click, etc.

3. Análisis Offsite

El análisis Offsite se desarrolla mano a mano junto con el Onsite. En este caso vamos a analizar y medir nuestra presencia online más allá de nuestra web. Esto incluye campañas de Paid Search, redes sociales y social ads.





Sneakerlost
#LOVEMARKETING

MADRID

PALMA DE MALLORCA

PANAMÁ

<https://www.sneakerlost.es/>

Síguenos en nuestras Redes Sociales

